PROGRAMM 2010



AKADEMIE FÜR PUBLIZISTIK HAMBURG

	JANUAR	FEBRUAR	MÄRZ	APRIL	MAI	JUNI
KOMPAKTKURSE FÜR VOLONTÄRE **Volotag** am 15.05.10! (10150)	**Print** (10001) S. 52 04.01. - 29.01.10	**Print** (10002) S. 52 01.02. - 26.02.10 **Radio 1.1** (10014) S. 54 01.02. - 12.02.10	**Print** (10003) S. 52 01.03. - 26.03.10	**Print** (10004) S. 52 06.04. - 30.04.10	**Print** (10005) S. 52 03.05. - 28.05.10 **Radio 1.2** (10014) S. 54 03.05. - 14.05.10	**Print** (10006) S. 52 07.06. - 02.07.10
MEDIEN-MANAGEMENT				**NEU Newsrooms** (10020) S. 17 15. - 16.04.10 **Blattmachen / Magazine** (10021) S. 16 23. - 24.04.10	**NEU Fachzeitschriften managen I** (10022) S. 18 28. - 29.05.10	**Redaktionsmanagement/ Print** (10023) S. 16 31.05. - 04.06.10
ALLE MEDIEN	**Kreatives Schreiben** (10030) S. 20 13. - 15.01.10 **Internet-Wissen für Journalisten** (10070) S. 22 25. - 26.01.10	**Recherche-Basics** (10033) S. 22 15. - 17.02.10	**NEU Recherche in sozialen Netzwerken** (10074) S. 23 22. - 23.03.10	**Moderation von Veranstaltungen** (10041) S. 21 19. - 20.04.10 **Themen finden** (10042) S. 21 19. - 20.04.10	**Rhetorik** (10046) S. 21 17. - 19.05.10 **NEU Online Quellen prüfen** (10079) S. 23 31.05.10	**Online-Recherche intensiv** (10080) S. 23 06. - 08.06.10
PRINT	**Titel, Vorspann & Bu** (10031) S. 27 18.01.10	**Große Geschichten** (10032) S. 27 12. - 13.02.10 **Schreibwerkstatt** (10034) S. 24 17. - 19.02.10 **Redigieren** (10035) S. 25 22. - 23.02.10	**Die Magazingeschichte** (10036) S. 27 01. - 03.03.10 **Service-Journalismus** (10037) S. 30 04. - 05.03.10 **NEU Formate für Kinder** (10038) S. 30 31.03. - 01.04.10	**Schreib-Coaching 1** (10039) S. 24 08. - 09.04.10 **Redigieren / Fachzeitschriften** (10040) S. 26 15. - 16.04.10 **NEU Das Erklärstück** (10043) S. 28 26. - 28.04.10	**NEU Feedback-Seminar** (10044) S. 25 03.05.10 **Kreatives Schreiben / Tageszeitung** (10045) S. 25 17. - 18.05.10	**Reportage-Werkstatt** (10047) S. 28 14. - 18.06.10 **Schreib-Coaching 2** (10039) S. 24 25.06.10 **Intensivkurs Fachzeitschriften** (10048) S. 26 21. - 23.06.10
FOTOGRAFIE			**Einstieg in die Digitalfotografie** (10100) S. 33 29. - 30.03.10	**Bildbearbeitung** (10101) S. 33 31.03. - 01.04.10		**Reportage- und Porträtfotografie** (10102) S. 34 01. - 04.06.10
ONLINE		**Schreiben fürs Netz** (10071) S. 35 04. - 05.02.10 **NEU Blog & Webkolumne** (10072) S. 35 25. - 26.02.10	**Multimediales Erzählen I** (10073) S. 36 10. - 12.03.10 **NEU Web Documentary** (10075) S. 37 30.03. - 01.04.10	**NEU Community Management II** (10076) S. 38 12. - 13.04.10 **Video fürs Web** (10077) S. 37 21. - 23.04.10	**Slideshows als journalistische Form** (10078) S. 37 20. - 21.05.10	**NEU Selbstmarketing im Web** (10081) S. 38 24. - 25.06.10 **Mobile Reporting** (10082) S. 39 28. - 30.06.10
FERNSEHEN	**Der Magazin-Beitrag** (10110) S. 41 19. - 22.01.10		**Der TV-Aufsager** (10111) S. 44 08. - 09.03.10 **NEU TV-Dokus und Reportagen** (10112) S. 41 15. - 16.03.10	**TV-Moderation** (10113) S. 44 06. - 07.04.10 **Videojournalismus I** (10114) S. 43 26. - 30.04.10	**NEU Neue Formate im Fernsehen** (10115) S. 42 31.05.10	**NEU Die Doku-Soap** (10116) S. 42 02. - 04.06.10 **Das Fernseh-Interview** (10117) S. 44 21. - 22.06.10
HÖRFUNK		**Schreiben fürs Netz** (10071) S. 35 04. - 05.02.10	**NEU Themen finden** (10124) S. 46 18. - 19.03.10			**O-Töne im Radio** (10125) S. 46 18. - 19.06.10
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	**PR-Werkstatt** (10130) S. 48 27. - 29.01.10	**Öffentlichkeitsarbeit und PR** (10131) S. 48 24. - 26.02.10	**Kampagne mit Konzept** (10132) S. 49 18. - 19.03.10	**PR-Instrumente im Web** (10133) S. 49 08. - 09.04.10	**PR-Texte im Web** (10134) S. 49 10. - 11.05.10	**Krisen-PR** (10135) S. 50 10. - 11.06.10

	JULI	AUGUST	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DEZEMBER
KOMPAKTKURSE FÜR VOLONTÄRE	**Magazine** (10007) S. 53 05.07. - 30.07.10 **Fernsehen** (10013) S. 55 05.07. - 30.07.10	**Print** (10008) S. 52 02.08. - 27.08.10 **Radio 2.1** (10015) S. 54 02.08. - 13.08.10	**Print** (10009) S. 52 30.08. - 24.09.10	**Print** (10010) S. 52 27.09. - 22.10.10	**Print** (10011) S. 52 25.10. - 19.11.10 **Radio 2.2** (10015) S. 54 25.10. - 05.11.10	**Fernsehen** (10012) S. 55 22.11. - 17.12.10
MEDIEN-MANAGEMENT		**NEU Fachzeitschriften managen II** (10024) S. 18 27. - 28.08.10	**NEU Kommunikation am Newsdesk** (10025) S. 19 10. - 11.09.10	**Blattmachen / Magazine** (10026) S. 16 15. - 16.10.10	**Online-Auftritt / Fachzeitschriften** (10027) S. 18 19. - 20.11.10	**Blattmachen / Kundenmagazine** (10028) S. 19 09. - 11.12.10
ALLE MEDIEN			**Kreatives Schreiben** (10053) S. 20 01. - 03.09.10 **Storytelling** (10055) S. 22 23. - 24.09.10 **NEU Literarisches Schreiben** (10056) S. 20 25.09.10		**Online-Recherche intensiv** (10091) S. 23 22. - 24.11.10	
PRINT	**Die crossmediale Lokalgeschichte** (10084) S. 32 30. - 31.07.10 **Wissenschaftsjournalismus** (10049) S. 31 05. - 06.07.10 **Die Magazingeschichte / Fachzeitschriften** (10050) S. 26 12. - 14.07.10	**Titel, Vorspann & Bu** (10051) S. 27 23.08.10 **Wirtschaftsjournalismus** (10052) S. 31 30. - 31.08.10	**Schreib-Coaching 3** (10039) S. 24 03.09.10 **Schreibwerkstatt** (10054) S. 24 20. - 22.09.10 **Das Print-Interview** (10057) S. 28 27. - 29.09.10	**Der Kommentar** (10058) S. 29 13. - 15.10.10 **Schreib-Coaching 4** (10039) S. 24 21. - 22.10.10 **Humor im Blatt** (10059) S. 31 25. - 26.10.10	**Das Porträt** (10060) S. 29 15. - 17.11.10 **NEU Die kurze Form** (10061) S. 29 29. - 30.11.10	**Das Feature** (10062) S. 30 08. - 11.12.10
FOTOGRAFIE		**Bildauswahl / Magazine** (10103) S. 34 25. - 27.08.10			**Bildrechte** (10104) S. 34 12.11.10	
ONLINE	**Community Management I** (10083) S. 38 08. - 09.07.10	**NEU Online-Konzeption** (10085) S. 39 02. - 03.08.10	**NEU Aus Zahlen Themen machen** (10086) S. 40 06.09.10 **Multimediales Erzählen II** (10087) S. 36 13. - 17.09.10	**Schreiben fürs Netz** (10088) S. 35 07. - 08.10.10 **Online-Presserecht** (10089) S. 39 29.10.10	**NEU Multimediales Storytelling** (10090) S. 36 15. - 19.11.10 **Online-Angebote für Kinder** (10092) S. 40 25. - 26.11.10	
FERNSEHEN		**Sprechtraining** (10118) S. 45 16. - 17.08.10 **NEU Webstreaming** (10119) S. 43 30. - 31.08.10	**Videojournalismus I** (10120) S. 43 06. - 10.09.10 **Dokumentarische Dramaturgie** (10121) S. 42 17. - 19.09.10	**Texten fürs Fernsehen** (10122) S. 45 21. - 22.10.10	**Videojournalismus II** (10123) S. 43 08. - 12.11.10	
HÖRFUNK	**Die Live-Reportage** (10126) S. 47 16. - 17.07.10			**Schreiben fürs Netz** (10088) S. 35 07. - 08.10.10		
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT		**PR-Werkstatt** (10136) S. 48 18. - 20.08.10	**NEU Freie Rede und Präsentation** (10137) S. 50 13. - 15.09.10	**Reden schreiben** (10138) S. 50 04. - 05.10.10	**Die Mitarbeiter-Zeitschrift** (10139) S. 51 29.11. - 01.12.10	

HINWEIS ZUR ANMELDUNG

Am einfachsten melden Sie sich auf der Website der Akademie an: www.akademie-fuer-publizistik.de. Geben Sie dort den Web-Code ein, der im Programmheft bei jeder Veranstaltung steht.

HINWEIS ZUR SCHREIBWEISE IN DIESEM PROGRAMM

Wo „Volontär" steht, ist auch die Volontärin gemeint; gleiches gilt für den „Chefredakteur" oder „Blattmacher" und für alle anderen Kollegen. Nur aus Platzgründen wird die männliche Form gewählt.

HINWEIS ZU AKTUELLEN AKADEMIE-INFORMATIONEN

Ein Seminar ist ausgebucht? Kein Problem, dann nehmen wir es erneut ins Programm. Den Termin erfahren Sie im Newsletter der Akademie. Einfach abonnieren unter: www.akademie-fuer-publizistik.de. Unser Newsletter informiert auch über aktuelle Mediendebatten und andere Projekte der Akademie.

AKADEMIE FÜR PUBLIZISTIK  **HAMBURG**

WARBURGSTRASSE 8-10 20354 HAMBURG

TELEFON .... 040 - 41 47 96 - 0

TELEFAX .... 040 - 41 47 96 - 90

WEB .... www.akademie-fuer-publizistik.de

MAIL .... info@akademie-fuer-publizistik.de

DIE AKADEMIE

SEMINARE

VOLONTÄRSAUSBILDUNG

AKADEMIE-INFORMATIONEN



„.... knapp daneben, wo's gerade noch nicht kitschig ist, dort ist es am schönsten." Nikolaus Harnoncourt



Annette Hillebrand,
Direktorin



Sylvie Wollschläger,
stellv. Geschäftsführerin,
Seminarleiterin



Kirstin Marquardt,
Öffentlichkeitsarbeit und
Geschäftsstelle



Gerhard Ehlert,
Geschäftsstelle

Ungeteilte Aufmerksamkeit

Kürzlich in der S-Bahn. Ich lese einen Artikel. Das Thema, eine Vater-Sohn-Begegnung, interessiert mich wenig. Doch der Tonfall des Textes bezaubert mich. Humorvoll ist er, auch anrührend und zugleich schlicht, kein bisschen effektheischend. Als ich aufschaue, bin ich zu weit gefahren. Herrlich, denke ich, Lektüre schlägt Routine. Ich fahre die Strecke täglich.

Sie, die Sie unsere Seminare besuchen, wollen solche Texte schreiben. Texte, mit denen Sie die ungeteilte Aufmerksamkeit Ihrer Leser gewinnen. Dafür brauchen Sie Theorie, Praxis und – mehr als alles andere – freundliche Kritik aus berufenem Munde. Gründlich und mit nachvollziehbaren Argumenten sollen die Texte, Filme, Hörstücke besprochen werden, die im Seminar entstehen. Und es muss Zeit sein, nachzufragen: Warum dieses Wort, wieso jener Rhythmuswechsel, was spricht dafür, was dagegen?

Damit wir diese Zeit für Sie haben, damit Ihnen ungeteilte Aufmerksamkeit zukommen kann, nehmen wir künftig nur noch zehn bis zwölf Teilnehmer pro Seminar auf. Aber nicht mehr. Vor dem Seminarbeginn fragen wir Sie nach Ihren Erfahrungen und Erwartungen. Und wir werden Sie bitten, uns Texte zu schicken, wann immer das sinnvoll ist. So können sich unsere Dozentinnen und Dozenten besser auf Sie vorbereiten.

Wir wissen: Fortbildung droht zum Luxusgut zu werden – gerade in solchen Phasen, in denen viele an allem sparen wollen. Umso lehrreicher soll die Zeit sein, die Sie in der Akademie verbringen.

Zuletzt noch eine Nachricht in eigener Sache: Mit einem Volontärskurs und einem Fachseminar fing die Akademie an, das war 1970. Nun sind es 15 Volontärskurse und rund 150 Fachseminare pro Jahr, eine erfreuliche Entwicklung. Im September 2010 wollen wir die Gläser erheben: auf weitere 40 Jahre – für guten Journalismus! Wir freuen uns auf Sie!

Ihre
Annette Hillebrand

Eigensinn und Spürsinn. Haltung und Handwerk.

Die Akademie für Publizistik ist die führende Institution der überbetrieblichen Volontärsausbildung in Deutschland. Seit ihrer Gründung 1970 wird sie getragen von Verlagen, Verleger- und Journalistenverbänden.

Die vierwöchigen Ausbildungsseminare vermitteln das medienspezifische Handwerk, bieten Reflektion von Rollen und Haltungen, geben Einblicke in benachbarte Arbeitsgebiete. Für Print, Radio und Fernsehen finden je eigene Kurse statt.

Die Akademie für Publizistik bietet Weiterbildungskurse für Journalistinnen und Journalisten aller Medien und Redaktionen, auch für jene Kollegen, die ins Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit wechseln möchten.

Die Weiterbildungskurse sind kompakt, die Lerngruppen klein, die Themen von den Entwicklungen in den Medienberufen bestimmt. Die Dozierenden der Akademie sind Profis aus Zeitungs-, Zeitschriften-, Radio-, Fernseh-, Bild- und Onlineredaktionen, aus Politik, Kultur und Wirtschaft. Die Seminarleiterinnen und -leiter konzipieren die Kurse und begleiten die Teilnehmenden. Sie knüpfen, auch nach Seminarende, nützliche Netzwerke. Herzlich und kollegial ist die Lernatmosphäre in der Akademie. Das gesamte Team pflegt diese Atmosphäre.

Die Akademie für Publizistik in Kürze:

- An den Seminaren der Akademie nehmen jährlich über 1100 KollegInnen teil.
- An der Akademie unterrichten rund 200 Dozierende.
- Die Akademie macht ca. 1,4 Millionen Euro Umsatz pro Jahr.
- Die Akademie finanziert sich zu zwei Dritteln aus Kursgeldern.
- Die Akademie ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein.



Susanne Lob,
Seminarleiterin



Irmhild Speck,
Seminarleiterin



Kai Voigtländer,
Seminarleiter



Martin Gutschmidt,
Webmaster

VOLO MEETS VOLO!
Beliebt und bewährt: Der Volotag in der Akademie. Die ultimative Kontaktbörse für die 300 Volos, die jedes Jahr bei uns lernen. Mit Berufsberatung, prominenten Kollegen und einer Prise Klassentreffen – bei Häppchen im Akademie-Garten.

WEB-CODE: 10150

TERMIN
15.05.10

TEILNEHMER: 150

GEBÜHR: 10,- € inkl. Essen und Getränken



Volotag

In den ersten Wochen nach dem Kurs gibt's noch regen Mail-Austausch, dann siegt die normative Kraft des Alltags und die Kontakte schlafen allmählich ein. So geht es Jahr für Jahr den 300 Volontären, die die Kompaktkurse der Akademie besuchen. Wir wollen das Netzwerk beleben und laden ein zum Volotag: Einen Tag lang Speed Dating, Workshops, Vorträge, Diskussionen – zu Existenzgründung und Karriereplanung, zu Trends in der Medienbranche und persönlichen Perspektiven. Zwischendurch gibt's immer wieder Häppchen und Zeit für „Was-machst-du-denn-jetzt?" im großen Zelt im Akademie-Garten.

Alle, die dabei waren, und auch die, die es versäumt haben, können danach im Gespräch bleiben – in unserer **Volo-Community: www.akademie.mixxt.de.**



Akademie zur Miete

Sie liegen im Herzen Hamburgs und sind gut ausgestattet: Die Räume der Akademie können Sie mieten, inklusive Schulungstechnik und Getränken. Auf Wunsch auch mit Catering.
Kontakt:
Sylvie Wollschläger,
Tel.: 040 - 41 47 96 - 30

Stuck (auch innen), Jahrgang 1875

Seminarräume, multimediale Technik, Hörfunk- und Fernsehstudio

Nicht im Bild: Lauschiger Garten

Eingangstür (massiv) führt zu 849 Quadratmetern hanseatischen Komforts

Bei Bedarf ausleihbar

Inhouse-Seminare

Alle Akademie-Seminare, auch die der Vorjahre, bieten wir als Inhouse-Veranstaltung an. Wir betreuen Ihr Weiterbildungsprojekt von der ersten Bedarfsanalyse bis zum abschließenden Bildungs-Controlling. Das Seminar kann bei Ihnen oder bei uns stattfinden. Sie wollen mehr darüber wissen? Referenzen nennen wir Ihnen gern.

Kontakt: Sylvie Wollschläger, Tel.: 040 - 41 47 96 - 30

Medientraining

Lampenfieber? Und nur Fachsprache im Kopf? In den Studios der Akademie bereiten wir Ihren Medienauftritt vor. Sie lernen Ihre Stärken – und auch Ihre Schwächen – kennen.

Kontakt: Sylvie Wollschläger, Tel.: 040 - 41 47 96 - 30



Ethikrat

Zweifel an der Qualität journalistischer Arbeit nehmen zu. Die Zeit, darüber nachzudenken, nimmt ab. Und Gespräche mit den Kollegen drehen sich oft im Kreis. Deshalb: Fragen Sie den Ethikrat!

ethikrat@akademie-fuer-publizistik.de

Vier Fachleute antworten:

- **Dorothee Bölke,** Rechtsanwältin in Hamburg
- **Dr. Bernhard Debatin,** Professor für Publizistik an der Scripps School of Journalism in Athens/Ohio (USA)
- **Dr. Heribert Prantl,** Leiter des Ressorts Innenpolitik der Süddeutschen Zeitung
- **Christian Sauer,** Journalist und Redaktionsberater

Endgültige Wahrheiten kann der Ethikrat natürlich nicht bieten, wohl aber Argumente, Abwägungen, Einschätzungen, Entscheidungshilfen und Stoff für weitere Diskussionen. Er will ermutigen zu Reflektion und Selbstkritik.

Alle Journalistinnen und Journalisten können sich an den Ethikrat wenden, jederzeit, per E-Mail. Auf Wunsch auch anonym. Die Fragen und Antworten werden auf der Homepage der Akademie veröffentlicht.

Kontakt: Susanne Lob, Tel.: 040 - 41 47 96 - 32.



Dorothee Bölke, Rechtsanwältin



Dr. Bernhard Debatin, Scripps School of Journalism



Dr. Heribert Prantl, Süddeutsche Zeitung



Christian Sauer, Journalist und Redaktionsberater

Preisfrage

Der Aufklärung verdankt die Welt neben vielem anderen auch die akademische Preisfrage. Dem gebildeten Publikum des 18. Jahrhunderts wurden Fragen zur Zeit gestellt, deren Antworten belehren, erheitern, nachdenklich machen und die wissenschaftliche Erkenntnis fördern sollten.

Wenn nun auch die Akademie für Publizistik jährlich eine Preisfrage stellt, so soll diese vor allem das Nachdenken über den Journalismus anregen. Schließlich sollen die Antworten auf die Preisfrage im besten Falle neue Erkenntnisse fördern, zumindest aber alte Gewissheiten aufs Neue begründen. Wenn dies auf elegante und amüsante Weise geschieht – umso besser.

Unsere fünfte Preisfrage lautet:
Brauchen Journalisten eine Haltung?

Teilnehmen können deutschsprachige Journalisten mit Ausnahme derer, die an der Akademie für Publizistik angestellt sind oder dort als Dozenten arbeiten. Die Beiträge sollen maximal 6000 (150x40) Zeichen umfassen und müssen bis zum **31. März 2010** im Original mit einer Kopie eingereicht werden. Sie dürfen nicht schon an anderer Stelle veröffentlicht worden sein.

„Wenn Sie ein Adjektiv sehen, bringen Sie es um." Mark Twain

In der Jury der Preisfrage entscheiden:

- **Stefan Niggemeier,** bildblog
- **Dagmar Reim,** Intendantin RBB
- **Michael Rutz,** Chefredakteur Rheinischer Merkur
- **Res Strehle,** stellv. Chefredakteur des Tages-Anzeigers, Zürich
- **Cord Aschenbrenner,** Freier Journalist und Initiator der Preisfrage und
- **Annette Hillebrand,** Direktorin, Akademie für Publizistik

Verliehen werden drei Preise in Höhe von 2.000, 1.000 und 500 €, gestiftet von der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius. Die beste Arbeit wird auf sueddeutsche.de veröffentlicht. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Die Gewinnerinnen der Preisfrage 2008 und ihre Laudatorin (v. li. nach re.): Ilse Winkler (2. Platz), Corinne Zalka Schweizer (1. Platz) und Angelika Overath

BITTE SCHICKEN SIE IHREN BEITRAG AN DIE

Akademie für Publizistik
- Die Preisfrage -
Warburgstraße 8-10
20354 Hamburg



MEDIEN-MANAGEMENT

WEB-CODE: 10023

TERMIN
31.05. bis 04.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 1.580 €

Führen und entscheiden: REDAKTIONSMANAGEMENT / PRINT

Übernehmen Journalisten Managementaufgaben, brauchen sie mehr als nur guten Stil. Alles über Rechts- und Personalfragen, Mitarbeiterführung, redaktionelles Marketing und betriebswirtschaftliche Grundlagen, Vernetzung von Print und Online, Qualitätskontrolle, Blattkonzeption und -gestaltung. Dozenten sind unter anderem: Dr. Rüdiger Klepsch, Unternehmensberater Klepsch + Partner, Rolf-Dieter Schulz, Leiter Personal, Recht und Verwaltung der Mediengruppe Süddeutscher Verlag, Rüdiger Straub, Straub & Linardatos, und Jo Wüllner, Medienentwicklung & Design.

TERMINE
23. bis 24.04.10
(Fr. und Sa.)
Web-Code: 10021

15. bis 16.10.10
(Fr. und Sa.)
Web-Code: 10026

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 490 €

Dramaturgie fürs Heft: BLATTMACHEN / MAGAZINE

— mit Peter Berger, Redaktionsberater,
und Nikola Wachsmuth, Kreativdirektorin

Vorne die News, hinten die drei Interviews – und wo bringen wir jetzt noch die große Bildstrecke unter? Ein professionell gemachtes Magazin soll dem Leser das Gefühl vermitteln, einer großen Theateraufführung beizuwohnen. Er soll es wiedererkennen und wieder kaufen. Alles über Dramaturgie, Design, Themenmix, Layout und Kleintexte: ein kompakter Workshop für die Magazinmacher von heute und morgen.

NEU

WEB-CODE: 10020

TERMIN
15. bis 16.04.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 690 €

Trendsetter: NEWSROOMS IN EUROPA

— mit Andy Kaltenbrunner, Medienberater / Österreich, Spanien, Daniela Kraus, Geschäftsführerin Medienhaus Wien / Österreich, Klaus Meier, Crossmedia-Lehrstuhl, TU Dortmund / Deutschland,
Lars Jespersen, Chefredaktion Nordjyske Media / Dänemark, Elisabeth Ribbans, Managing Editor, The Guardian / Großbritannien

Sie reißen die Wände ein und strukturieren alles um: Immer mehr Redaktionen entscheiden sich für einen integrierten Newsroom. Dort laufen alle Fäden zusammen, dort wird entschieden, in welchen Ausspielkanälen die Story läuft und wer sie umsetzt. Zu den europäischen Trendsettern gehören der Londoner Guardian, El Mundo in Madrid und die Nordjyske in Dänemark. Andere Redaktionen verweigern sich bewusst dem Trend aus den USA, etwa der Wiener Standard. Die Österreicher zeigen, dass multimediales Arbeiten und Gewinne im Online-Bereich auch ohne gemeinsamen Newsroom mit Print möglich sind. Andere Redaktionen suchen noch ihre Lösung. Aber gibt es ein gutes und richtiges Konvergenz-Modell für alle? Und ist es gerade jetzt, in einer schwierigen ökonomischen Umbruchphase, sinnvoll, Print- und Online-Redaktionen zu vereinen und verschiedene publizistische Plattformen wirtschaftlich und journalistisch eng zu vernetzen?

Das Seminar präsentiert die Forschungsergebnisse eines internationalen Teams aus Medienwissenschaftlern und –praktikern: Sie haben mehrere Jahre lang Newsrooms in Europa analysiert und daraus Modelle abgeleitet, die bei der Entscheidungsfindung helfen können. Die Chefredakteure vom Guardian und der Nordjyske stellen ihre praktischen Erfahrungen mit Newsrooms zur Diskussion. Das Seminar beschreibt zudem die komplexen redaktionellen Veränderungsprozesse bei der Einführung crossmedialer Strategien. Und es zeigt, wie Konvergenzen professionell geplant und umgesetzt werden können. Zielgruppe sind Entscheidungsträger an den Schnittstellen von old und new media, Chefredakteure und CvDs analoger und digitaler Medien sowie Verlags- und Redaktionsmanager.

NEU

WEB-CODE: 10022

TERMIN
28. bis 29.05.10
(Fr. mittag bis Sa. abend)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 440 €

Kalkulieren & Kosten sparen: FACHZEITSCHRIFTEN MANAGEN I

__ mit Björn Helmke, Chefredakteur DVZ – Deutsche Logistik Zeitung

Budgets planen, Beilagen kalkulieren, Kosten sparen – für Journalisten oft ein ungeliebtes und unsicheres Terrain. Doch leitende Redakteure sollten ein wenig über Betriebswirtschaft wissen, um ihre Fachzeitschrift sicher durch schwierige Zeiten steuern zu können. Das Seminar zeigt anhand von Beispielen aus der Praxis, wie Ressourcen vernünftig eingesetzt werden können. Außerdem geht es um Kapazitätsplanung, Produktivitätsmessung, Erfolgskontrolle und um Sparprogramme.

NEU

WEB-CODE: 10024

TERMIN
27. bis 28.08.10
(Fr. mittag bis Sa. abend)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 440 €

Mitarbeiter führen: FACHZEITSCHRIFTEN MANAGEN II

__ mit Christian Sauer, Redaktionsberater und Schreibcoach

Wer bei Fachzeitschriften Verantwortung übernimmt, muss nicht nur fit als Autor und Blattmacher sein. Eine geschickte Gesprächsführung und gutes Selbstmanagement gehören zum Leitungsjob dazu. Es gilt, auf Augenhöhe mit der Geschäftsleitung zu reden, Mitarbeiter zu motivieren, Konflikte offen anzusprechen und nebenbei noch Branchenpromis für das Blatt zu gewinnen. Das Seminar vermittelt Grundwissen zur Kommunikation und Führung in Fachredaktionen, und zwar praxisnah anhand authentischer Alltagssituationen.

WEB-CODE: 10027

TERMIN
19. bis 20.11.10
(Fr. und Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 490 €

Gut vernetzt: ONLINE-AUFTRITT / FACHZEITSCHRIFTEN

__ mit Jürgen Kuri, c't / heise online

Mit ein paar Nachrichten im Netz und einem Link für die Abo-Bestellung ist es nicht mehr getan, wenn sich ein Fachmagazin als Marke im Internet positionieren will. Mittlerweile gehören zum Web 2.0 interaktive Angebote, user generated content, Foren sowie Pod- und Videocasts. In diesem Seminar für Fachjournalisten besprechen wir einige Konzepte für den Online-Auftritt und diskutieren, wie sich verschiedene Elemente auf Websites sinnvoll einsetzen und managen lassen. Dabei steht die eigene Netzpräsenz im Mittelpunkt: Wir fangen bei den geeigneten Darstellungsformen an und hören beim Briefing für den Webdesigner auf.

Der richtige Ton: KOMMUNIKATION AM NEWSDESK

WEB-CODE: 10025

TERMIN
10. bis 11.09.10
(Fr. und Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 490 €

__ mit Christian Sauer, Redaktionsberater und Schreibcoach

Ganz schön herausfordernd, der Job am Newsdesk: blitzschnell Blattmachen, sicher redigieren, immer den richtigen Ausspielkanal wählen und natürlich erstklassige Zeilen texten. Um an dieser Schaltstelle die Fäden in der Hand zu behalten, braucht es auch den richtigen Gesprächston: Wie bringe ich rüber, was das Blatt braucht? Wie gehe ich mit beleidigten Reportern um? Wie mit dem Chef, der es immer noch mal anders will? Dieses Training frischt das Wissen über Gesprächsführung auf und gibt Instrumente an die Hand, die am Newsdesk für eine souveräne Position sorgen. Zudem bietet das Seminar die Gelegenheit, die eigene Führungsrolle zu reflektieren und sich mit Kollegen auszutauschen.

Glänzender Auftritt: BLATTMACHEN / KUNDENMAGAZINE

WEB-CODE: 10028

TERMIN
09. bis 11.12.10
(Do. bis Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

__ mit Claus Hönig, Konzepthaus

Kundenmagazine müssen so gut gemacht sein wie erfolgreiche Publikumszeitschriften – sind sie es nicht, wandern sie ungelesen in den Papierkorb. Dort landen auch heute noch mehr als zwei Drittel solcher Publikationen. Dieses Seminar zeigt, welche Strategien bei Kundenmagazinen erfolgreich sind, worauf es beim professionellen Blattmachen ankommt und wie man beim Konzipieren von Unternehmens-Publikationen vor allem an die Leser denkt.

Der Dozent wertet die Magazine der Teilnehmenden vor Seminarbeginn aus – für die Programmkonzeption und eine individuelle Blattkritik.



Frisch und frei: KREATIVES SCHREIBEN

TERMINE
13. bis 15.01.10
Web-Code: 10030

01. bis 03.09.10
Web-Code: 10053

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

__ mit Amelie Gräf, Journalistin und Schreibtrainerin

Das ist die Kür: Informationen schmackhaft servieren, den Leser mit "Worten erfrischen" (E.A. Rauter). Göttliche Eingebungen sind das eine, Kreativ-Techniken das Verlässlichere. Wir üben, die Angst vor dem ersten Satz zu überwinden, frische Bilder zu finden und das Wesentliche präzise herauszuarbeiten – spielerisch und inspirierend. Der Leser wird es danken.

Einfaches funkeln lassen: LITERARISCHES SCHREIBEN

NEU

WEB-CODE: 10056

TERMIN
25.09.10,
10.00 – 18.00 Uhr

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 210 €

__ Ein Erzählseminar mit Annette Pehnt, Romanautorin, und Amelie Gräf, Journalistin und Schreibtrainerin

Hund beißt Mann – keine Nachricht. Mann beißt Hund – das ist eine Nachricht! Das weiß jeder Journalist. Doch was tun, wenn ein Hund einen Mann beißt und das zur Geschichte gehört? Wie beschreibe ich Banales so, dass die Sätze den Leser packen? In diesem Tagesseminar für Journalisten werden wir Erzählstücke von den Teilnehmern besprechen und Tipps geben, wie man aus einer Unauffälligkeit Funken schlägt.

Jenseits des Mainstreams: THEMEN FINDEN

WEB-CODE: 10042

TERMIN
19. bis 20.04.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

__ mit Ludger Fertmann, freier Journalist, und Eva-Maria Schnurr, Plan 17

Ja, wo liegen sie denn, die Themen? Für Freie wie für festangestellte Redakteure sind sie das täglich Brot – und oft Mangelware. Die Konkurrenz durchblättern reicht nicht; wer Akzente setzen will, braucht mehr als die Ideen der anderen von gestern. Wir ziehen alle Register des Themenfindens jenseits des Mainstreams, geben Nachrichten einen neuen Dreh, machen aus Brüsseler EU-News den Aufmacher fürs Lokale oder das Fachmagazin. Wir lösen knifflige Fälle und trainieren anschließend, unsere Ideen richtig zu verkaufen: sei es als Redakteur in der Themenkonferenz, sei es als Freier im Gespräch mit dem Auftraggeber.

Wort-Regie: MODERATION VON VERANSTALTUNGEN

WEB-CODE: 10041

TERMIN
19. bis 20.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 390 €

__ mit Annette Hillebrand, Journalistin / Akademieleiterin

Wie bringe ich Schwätzer zum Schweigen und Schweiger zum Reden? Wie reagiere ich auf Zwischenrufe aus dem Publikum? Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der Veranstaltungsmoderation, einschließlich Vorbereitung, Auswahl der Podiumsgäste, Anmoderation und Schlussworte. Mit vielen Übungen.

Richtig reden lernen: RHETORIK

WEB-CODE: 10046

TERMIN
17. bis 19.05.10

TEILNEHMER: 9

GEBÜHR: 490 €

__ mit Dorothee von Bose, Kommunikationsberaterin und Coach

In den Redaktionen geht es härter zu als früher: Rhetorische Fähigkeiten, Überzeugungskraft und sicheres Auftreten werden für Journalisten immer wichtiger. Wir trainieren rhetorische Stilmittel, präzise Zielgruppenansprache, Manuskript-Technik, nonverbale Kommunikation und Selbstkontrolle; das Ganze videogestützt und individuell ausgewertet.

WEB-CODE: 10055

TERMIN
23. bis 24.09.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

Starke Stücke: STORYTELLING

__ mit Florian Hanig, Geo,
und Ariela Bogenberger, Drehbuchautorin

Der kleine David bezwingt den Riesen Goliath. Ein Mensch macht sich auf in die Fremde, er lernt und wächst an seinen Niederlagen und Triumphen: die Reise des Helden. Auf solche narrativen Grundmuster lassen sich viele Situationen und Konflikte in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zurückführen. Erzählen macht journalistische Geschichten lebendig, und es bewahrt vor trockener Faktenhuberei. Wir wollen in diesem Seminar Texte zum Leben erwecken. Anregen sollen uns Beispiele aus der Literatur und Erzählweisen von Dokumentar- und Spielfilmen.

WEB-CODE: 10070

TERMIN
25. bis 26.01.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

Web-World: INTERNET-WISSEN FÜR JOURNALISTEN

__ mit Peter Berger, Redaktionsberater und Autor

Aus dem journalistischen Alltag ist das Internet ist nicht mehr wegzudenken. Doch viele glauben, den neuen Techniken langsam nicht mehr gewachsen zu sein. Das Seminar vermittelt Basiswissen über das Web und zeigt praktisches Online-Handwerkszeug für Journalisten. Die Teilnehmer richten sich eine eigene Homepage ein, sie konfigurieren ihren Browser als Arbeitswerkzeug und lernen verschiedene Suchtechniken kennen. Alle Fragen sind erlaubt: Denn nur wer versteht, wie das Netz funktioniert, kann mitreden und es selbst gestalten.

WEB-CODE: 10033

TERMIN
15. bis 17.02.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

Investigativ ist kein Problem: RECHERCHE-BASICS

__ mit Ludger Fertmann, freier Journalist,
und Marcus Lindemann, Autorenwerk

Weder Hexenwerk noch Geniestreich: Eine gründliche, exklusive oder gar investigative Recherche ist reines Handwerk. Wir trainieren das in diesem Seminar. Wir feilen an Ausgangshypothesen und Rechercheplänen, erarbeiten effiziente Strategien für die Online-Recherche, spielen schwierige Gesprächssituationen durch, diskutieren den richtigen Umgang mit Informanten und erarbeiten konkrete Pläne für die langfristigen Recherche-Projekte der Teilnehmer.

Pfaden folgen: RECHERCHE IN SOZIALEN NETZWERKEN

NEU

WEB-CODE: 10074

TERMIN
22. bis 23.03.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

__ mit Marcus Bösch, Deutsche Welle, blogschau

Berichtsverbot im Iran: Die Korrespondenten sitzen im Hotelzimmer fest. Informationen, Bilder und Videos bekommen sie nur über Twitter, YouTube, Blogs und Facebook. Aber welche Nachricht ist authentisch, welches Video ein Fake? Wir üben im Seminar, in sozialen Netzwerken zu recherchieren, wir zeigen, wie man über Facebook oder Xing die besten Ansprechpartner findet oder wie man ein Interview via Twitter führt.

Fakes entlarven: ONLINE QUELLEN PRÜFEN

NEU

WEB-CODE: 10079

TERMIN
31.05.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 260 €

__ mit Albrecht Ude, freier Journalist

Der Grubenhund ist ein böses Tier – erfunden, um jeden zu blamieren, der über ihn schreibt. Solche Fallen gibt es immer wieder, etwa Wilhelm, angeblich der elfte Vorname von Wirtschaftsminister zu Guttenberg. Mit falschen Wikipedia-Einträgen, falschen Ankündigungen von Amokläufen, falsch datierten News sollen Journalisten bloßgestellt werden. Ein Seminar zur Selbstverteidigung: Die Teilnehmer lernen, wie sie Quellen und Recherche-Ergebnisse aus dem Netz prüfen können und welche hilfreichen Werkzeuge das Internet dazu bietet.

Datengeheimnisse lüften: ONLINE-RECHERCHE INTENSIV

NEU

TERMINE
06. bis 08.06.10
Web-Code: 10080

22. bis 24.11.10
Web-Code: 10091

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 490 €

__ mit Paul Myers, BBC,
und Marcus Lindemann, Autorenwerk

Wie finde ich Menschen, die nicht gefunden werden wollen? Wie komme ich bei der Recherche im Netz weiter, wenn auch die Profi-Methoden ausgereizt sind? Paul Myers, Recherchetrainer bei der BBC in London und Betreiber der Internet Research Clinic, ist ein weltweit gefragter Experte für scheinbar hoffnungslose Fälle. Er zeigt, welche Spuren E-Mails hinterlassen, wie Browser optimiert werden können und wo historische Whois-Daten lagern. Nach einer Einführung in die Basics der Online-Recherche berichtet Myers von seiner Arbeit und berät die Teilnehmer bei eigenen Rechercheprojekten. Das Seminar findet überwiegend in englischer Sprache statt.



PRINT

Die Basics: SCHREIBWERKSTATT

TERMINE
17. bis 19.02.10
Cord Aschenbrenner
Web-Code: 10034

20. bis 22.09.10
Elisabeth Schmidt-Landenberger
Web-Code: 10054

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

__ mit Cord Aschenbrenner, freier Journalist,
mit Elisabeth Schmidt-Landenberger, freie Journalistin

Wie gelingt ein packender Einstieg, wie ein lebendiges Porträt? Wie berichte ich spannend über ein trockenes Thema? In diesem dreitägigen Seminar erproben Berufseinsteiger verschiedene Darstellungsformen: Nachricht, Bericht, Porträt, Pressemitteilung, Überschrift und Vorspann. Und sie erarbeiten sich die Grundlagen journalistischen Schreibens. Mit vielen Übungen und individuellem Feedback.

Sich selbst verbessern: SCHREIB-COACHING

WEB-CODE: 10039

TERMINE
08. bis 09.04.10
25.06.10
03.09.10
21. bis 22.10.10

TEILNEHMER: 8

GEBÜHR: 890 €

__ mit Christian Sauer, Redaktionsberater und Schreibcoach

Wer sich als Journalist etabliert hat, steht oft allein auf weiter Flur: Wie entwickle ich meinen Stil weiter, welche Herausforderungen sind realistisch, wo will ich noch hin? Der Redaktionsalltag bietet selten Antworten. Das Seminar bietet professionelles Feedback auf Sprache und Stil, Analyse der eigenen Arbeitsweise, Schärfung des beruflichen Profils. In Gruppen-, Einzel- und Onlinecoachings.

Kleiner Eingriff, große Wirkung: REDIGIEREN

WEB-CODE: 10035

TERMIN
22. bis 23.02.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

__ mit Annette Garbrecht, freie Journalistin

Es gibt keine gute erste Fassung; jeder Text kann Schliff vertragen. Oft geschieht das aus dem Bauch heraus und zwischen Tür und Angel. Außer einem verärgerten Autor ist dann wenig gewonnen. Wir bringen System ins Grundhandwerk des Redigierens: Es geht um Logik und Lesbarkeit, Gliederung und Faktentreue. Und um Respekt vor den Texten anderer Leute. Die Dozentin wird vorab eingesandte Texte der Teilnehmer exemplarisch redigieren.

Ausführliche Textkritik: FEEDBACK-SEMINAR

NEU

WEB-CODE: 10044

TERMIN
03.05.10

TEILNEHMER: 8

GEBÜHR: 320 €

__ mit Stephan Lebert, Die Zeit

Autoren und freie Journalisten bekommen nur selten eine Rückmeldung. "Gute Geschichte" heißt es im Glücksfall oder, weniger erfreulich, "irgendwie solltest Du da nochmal ran." Doch das hilft kaum weiter. In diesem Seminar setzt sich der Dozent gründlich mit einem Ihrer Texte auseinander. Sie reichen zuvor ein Stück ein, bitte nicht länger als 7000 Zeichen; am Seminartag bekommen Sie in kleiner Runde ein individuelles, ausführliches Feedback. Zudem werden auch Probleme besprochen, die beim Schreiben längerer Texte immer wieder auftauchen.

Schöne Worte: KREATIVES SCHREIBEN / TAGESZEITUNG

WEB-CODE: 10045

TERMIN
17. bis 18.05.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

__ mit Silke Burmester, freie Journalistin

Immer weniger Leute im Ressort, immer mehr Stress in der Redaktion – und dann noch an den Leser denken? Im Alltag bleibt vielen Journalisten kaum noch Zeit, über frische Formulierungen nachzudenken. In diesem zweitägigen Seminar trainieren wir den Umgang mit Worten, das Lösen von Blockaden, das Durchbrechen von Standard-Phrasen. Damit unser Blatt auf dem umkämpften Markt seine persönliche Note bewahrt. Speziell für Tageszeitungs-Journalisten.

WEB-CODE: 10040

TERMIN
15. bis 16.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

OP am fremden Text: REDIGIEREN / FACHZEITSCHRIFTEN

__ mit Christian Sauer, Redaktionsberater und Schreibcoach

Sie sind die Helden des Redigierens: Redakteure von Fachzeitschriften. Sie bearbeiten auch den komplexesten Expertentext so lange, bis der Azubi ihn versteht. Sie erklären Professoren und Managern, wozu Verben gut sind. Und nebenbei beruhigen sie den Anzeigenvertreter, der um seine Kunden fürchtet. Kein anderer Redakteur findet bei seiner Klientel so wenig Gegenliebe für journalistische Belange – ein echter Stressjob. Dieses Seminar vermittelt das optimale Handwerkszeug, um die langen Abende am Bildschirm zu verkürzen. Neben Tipps und Tricks fürs Redigieren geht es vor allem um die Kommunikation: Wie sag ich's meinem Autor?

WEB-CODE: 10048

TERMIN
21. bis 23.06.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

Redaktionsarbeit: INTENSIVKURS FACHZEITSCHRIFTEN

__ mit Axel Gloger, Trendletter,
und Annette Garbrecht, Journalistin

Dieser Intensivkurs erklärt und trainiert die typischen Arbeiten in der Fachredaktion: freie Autoren gewinnen und führen, redigieren, einfaches und lesernahes Schreiben sowie die Grundlagen des Blattmachens. Das Seminar ist für Volontäre gedacht, für Quereinsteiger und für Redakteure von Unternehmensmagazinen, jedoch nicht für Mitarbeiter von Werbe- und PR-Agenturen.

WEB-CODE: 10050

TERMIN
12. bis 14.07.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 460 €

Szenisch: DIE MAGAZINGESCHICHTE / FACHZEITSCHRIFTEN

__ mit Tobias Zick, Neon

Als ob der Autor dabei gewesen wäre, so soll die Geschichte erzählt sein – doch manchmal stehen nur Archiv- und Interviewmaterial zur Verfügung. Gute Magazinstücke sind kunstvoll gebaute Mischformen aus Reportage, Bericht und Feature. In diesem Seminar üben wir, wie man schon bei der Recherche auf Erzählbarkeit achtet, wie man trockene Sachthemen in eine Dramaturgie gießt und wie man Szenen generiert, ohne selbst vor Ort gewesen zu sein.

Textjuwelen: TITEL, VORSPANN & BU

__ mit Bernhard Lill, freier Journalist

Da kann die Geschichte noch so spannend sein: Verführen wir den Leser nicht über Headline, Vorspann und Bildunterschrift, wird selbst der schönste Einstieg überblättert. Packende Kleintexte sind Verkaufsargumente. Doch wie formuliert man knackige Überschriften? Oder Teaser, die ins Heft ziehen? Das üben wir in diesem Seminar. Damit die kleinen Texte mehr Freude machen – den Schreibern, den Lesern und auch dem Vertrieb.

TERMINE
18.01.10
Web-Code: 10031

23.08.10
Web-Code: 10051

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 210 €

Ab 10.000 Zeichen aufwärts: GROßE GESCHICHTEN

__ mit Heike Faller, Die Zeit,
und Beate Lakotta, Der Spiegel

Ab 10.000 Zeichen reichen schöne Sprache, kluge Gedanken und genaue Beobachtungen nicht mehr aus: Spätestens ab dieser Länge müssen Sie sich über Struktur und Dramaturgie Gedanken machen, sonst verzetteln Sie sich oder langweilen die Leser. Wie schaffen Sie den Sprung von der mittellangen Reportage zum Dossier oder gar zum Buch? Wir sprechen über klassische Möglichkeiten der Strukturierung und des dramaturgischen Aufbaus. Wir lesen deutsche und amerikanische Meisterstücke der langen Form bzw. des narrative journalism und untersuchen sie auf die Zaubertricks, die uns erst reinziehen, um uns anschließend zu fesseln.

WEB-CODE: 10032

TERMIN
12. bis 13.02.10
(Fr. und Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

Erzählte Fakten: DIE MAGAZINGESCHICHTE

__ mit Beate Lakotta, Der Spiegel

Sie soll sich lesen wie eine Reportage und Fakten vermitteln wie eine Nachrichtengeschichte: Gute Magazingeschichten sind kunstvoll gebaute Mischformen aus Reportage, Bericht, Feature. Wie man schon in der Recherche-Phase auf Erzählbarkeit hinarbeitet, woraus man Farbe gewinnen kann und wie man auch trockene Sachthemen in eine lebendige Dramaturgie gießt: In diesem Seminar wird's erprobt. Inhalt: Wie gelingt der Einstieg? Wie strukturiere ich den Wechsel von Szene und Information und welche Funktion haben die Protagonisten? Wie komme ich an gute O-Töne? Und wie komme ich zu einem guten Schluss?

WEB-CODE: 10036

TERMIN
01. bis 03.03.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 460 €

NEU

WEB-CODE: 10043

TERMIN
26. bis 28.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 460 €

Nachhilfe für Erwachsene: DAS ERKLÄRSTÜCK

__ mit Stefan Willeke, Die Zeit

Overwhelmed and underinformed – so fühlen sich viele Leser und User, überwältigt von Informationen und dennoch ahnungslos. Ein Erklärstück kann dem abhelfen. Gerade bei großen Themen, etwa Schulreform oder Globalisierung, ist dieses Genre hilfreich. Ein Erklärstück mischt verschiedene Stilelemente: Es nutzt Szenisches wie eine Reportage, bedient sich dramaturgischer Tricks wie ein Feature und übersetzt schwierige Sachverhalte. Das Seminar erklärt auf anschauliche Weise, mit vielen Übungen, das Erklären.

WEB-CODE: 10047

TERMIN
Themenbesprechung online:
25.05. bis 11.06.10
Seminar: 14. bis 18.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 660 €

Alles zur Königsform: REPORTAGE-WERKSTATT

__ mit Michael Ohnewald, Stuttgarter Zeitung

In Zeiten von News-Wettrennen, Fakten-Bombardements und Multimedia-Schnipseln erlebt die Kunst, echte Geschichten zu erzählen, ihre Renaissance. Auch für Lokalzeitungen oder Fachmagazine gilt: Reportagen schreiben ist kein Selbstzweck, sondern ein Mittel, sich aus dem Medien-Mainstream hervorzuheben. Das Seminar liefert das Handwerk dazu. Wir sprechen über Nachrichtenkern und Dramaturgie, Recherche und Stil – und die Regel Nummer eins, damals wie heute: mit einem Erdbeben beginnen, und dann langsam steigern.

WEB-CODE: 10057

TERMIN
27. bis 29.09.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

Gut gefragt, geschickt gebaut: DAS PRINT-INTERVIEW

__ mit Jörg Hunke, Frankfurter Rundschau

Prominent, professionell oder unerfahren: Interview-Partner sind auch nur Menschen. Um dem Leser ein spannendes Gespräch präsentieren zu können, müssen wir auf alles vorbereitet sein. Die Teilnehmer lernen in dem Seminar, ihre Techniken rund um Themensetzung, Interviewführung und Verschriftlichung zu verbessern. Mit ausgewählten Gästen als Übungspartner.

Meinungsfreuden: DER KOMMENTAR

__ mit Dr. Heribert Prantl, Süddeutsche Zeitung

Oft wird die Kommentarseite als erste gelesen: Der Leser will Orientierung und Hintergrund. Doch Mut zur Meinung, furiose Polemik, steile These – das bringt bestenfalls die halbe Miete. Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen für gelungenes Kommentieren: schlüssige Argumentation, logischer Aufbau, und, wenn das Gerüst steht, das Nachwürzen mit spitzen Bemerkungen.

WEB-CODE: 10058

TERMIN
13. bis 15.10.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

Menschlich gesehen: DAS PORTRÄT

__ mit Dr. Joachim Käppner, Süddeutsche Zeitung

Namen sind Nachrichten, Porträts sind die Krönung: Wer es schafft, Menschen nahe zu kommen, sie ohne Maske zu zeigen, ihre Geschichte zu erzählen, der hat den Leser auf seiner Seite. Kaum eine Form fordert vom Autor so viel: exzellente Vorbereitung, Einfühlungsvermögen, Menschenkenntnis und dann: kluges Gewichten, spannende Dramaturgie, treffende Wortwahl. All das wird hier geübt.

WEB-CODE: 10060

TERMIN
15. bis 17.11.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 460 €

Knapp und schmuck: DIE KURZE FORM

__ mit Alexandra Werdes, Büro Freizeichen

Sie sind mehr als nur schmückendes Beiwerk: Kurz-Porträts, knappe Interviews und kompakte Ich-Protokolle gefallen den Lesern und sind von Magazinredaktionen gefragt. Auf kleinstem Raum erzählen sie eine runde Geschichte, das erfordert eine verdichtete Sprache, Mut zur Lücke und ein feines Gespür für Tempo und Tonfall. Trotzdem müssen die Tatsachen stimmen, die Charaktere sollen authentisch wirken, aber nicht vorgeführt werden. Im Seminar üben wir das Schreiben aller drei Genres und spielen mit den Möglichkeiten der kurzen Form.

NEU

WEB-CODE: 10061

TERMIN
29. bis 30.11.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

Die Kunst des Mischens: DAS FEATURE

WEB-CODE: 10062

TERMIN
08. bis 11.12.10
(Mi. bis Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 560 €

__ mit Dr. Joachim Käppner, Süddeutsche Zeitung

Der klassische, faktenlastige Bericht lockt immer weniger Leser; heute sollen Texte magazinig daherkommen. Das Feature, so die Theorie, verbindet das Beste aus Bericht und Reportage, hat aber in der Praxis seine Tücken: Aus der hehren Absicht, dem Leser trockenen Stoff unterhaltsam darzubieten, wird leicht ein Sammelsurium aus fiktiven Szenen, geballten Fakten und waghalsigen Übergängen. Wir arbeiten gemeinsam an Konzept, Struktur und Erzählfluss und schmieden erhellende, flüssig zu lesende und dramaturgisch fesselnde Geschichten.

NEU

Was Leser lieben: SERVICE-JOURNALISMUS

WEB-CODE: 10037

TERMIN
04. bis 05.03.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

__ mit Rudolf Schröck, Autor und Journalist

Von manchen Kollegen belächelt, von Lesern geliebt: Nutzwert- und Servicetexte. Sie bieten Orientierung, Rat und praktischen Nutzen für den Alltag. Solche Stücke wollen gut gemacht sein. Wir trainieren in diesem zweitägigen Seminar, was alles dazugehört: Themen aufspüren, exzellent recherchieren, Unterhaltung und Glaubwürdigkeit unter einen Hut bringen – und den Leser ernst nehmen.

NEU

Für den Leser von morgen: FORMATE FÜR KINDER

WEB-CODE: 10038

TERMIN
31.03. bis 01.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

__ mit Barbara Lich, Geolino

Um Kinder als Leser zu gewinnen und ans Blatt zu binden, braucht es mehr als anbiedernde Sprache, bunte Bildchen und eine Rätselecke. Was erwartet die Zielgruppe von Medien? Wie muss ich Themen aufbereiten, damit Schüler die Geschichten lesen und mit ihren Klassenkameraden darüber reden? Die Teilnehmer erfahren, wie sie wirkungsvolle Kinderseiten entwickeln und aufbauen können – für die Tageszeitung, für das Magazin oder online für das Netz. Wir sprechen auch über die Möglichkeiten, die Spiele bieten, und diskutieren, ob es sinnvoll ist, Kinder am Prozess zu beteiligen.

Der Aha-Effekt: WISSENSCHAFTSJOURNALISMUS

WEB-CODE: 10049

TERMIN
05. bis 06.07.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

__ mit Annette Bolz, freie Journalistin,
und Olaf Stampf, Der Spiegel

Wie machen Hummeln Sex? Welches Medikament kann mir helfen? Was sagen Forscher zum aktuellen Giftskandal? Wissenschaft fasziniert die Leser, das erkennen auch immer mehr Verlage. Wissenschaftsjournalisten informieren, erklären, unterhalten und geben Rat. Das hört sich einfach an, aber es gibt Fallstricke: bei der Einschätzung von Themen, bei der Recherche und sogar beim Texten. Im Seminar trainieren wir, Themen richtig zu drehen, Studien und Quellen ordentlich zu prüfen. Und wir üben, wie man gut erklärt, verständlich schreibt und den Leser erfreut.

Zahlen entzaubern: WIRTSCHAFTSJOURNALISMUS

WEB-CODE: 10052

TERMIN
30. bis 31.08.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

__ mit Thomas Fricke, Financial Times Deutschland
und Ulrich Viehöver, freier Wirtschaftspublizist

Ökonomen bestimmen die Richtlinien der Politik mit. Doch schauen wir Journalisten ihnen wachsam genug auf die Finger? Oft entfaltet das Etikett „Experte" derart Ehrfurcht einflößende Wirkung, dass kritische Fragen verstummen. Dabei muss man selbst kein Professor für Wirtschaft sein, um Reformrezepten und Konjunktur-Prognosen so auf den Zahn zu fühlen, wie es unsere Demokratie verdient: Man muss sich trauen, zu hinterfragen, nachzurecherchieren, Zahlen zu entzaubern. Genau dafür liefert dieses Seminar das inhaltliche wie journalistische Rüstzeug.

Lustig statt lächerlich: HUMOR IM BLATT

WEB-CODE: 10059

TERMIN
25. bis 26.10.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

Leicht liegt man beim Glossenschreiben oder Witzemachen daneben und erntet statt Lachern Unverständnis. Oder sogar Ärger. Wann schätzen Leser Ironie? Welche Art von Humor mögen sie? Und wie weit darf ich als Autor gehen? Gemeinsam entwickeln wir Kriterien für Lustiges und besprechen, wie es sicher gelingt, den Leser zum Lachen zu bringen. Mit Übungen.

WEB-CODE: 10084

TERMIN
30. bis 31.07.10
(Fr. und Sa.)

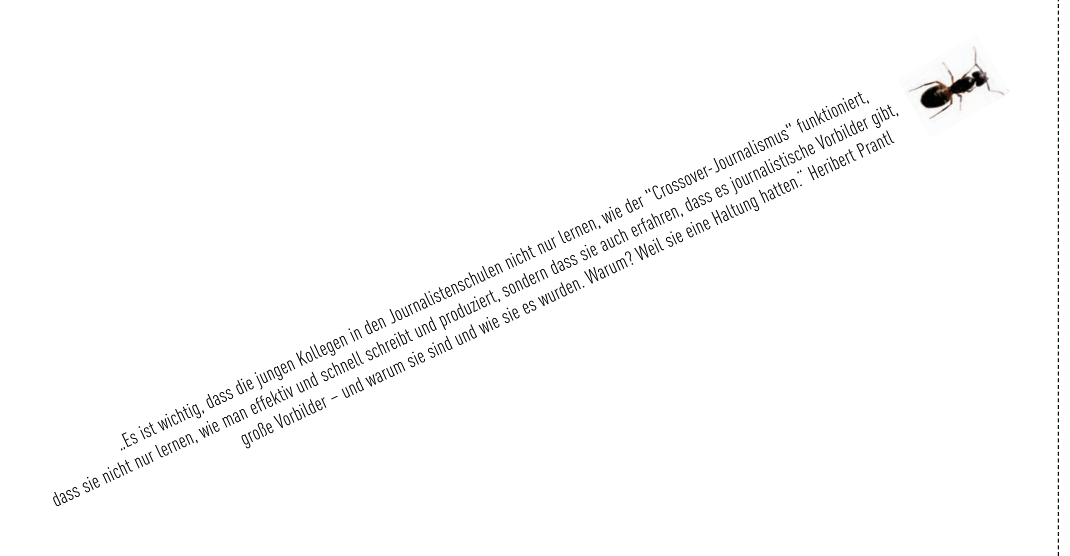
TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

Leser binden: DIE CROSSMEDIALE LOKALGESCHICHTE

__ mit James Röderer, Lokalredaktion Badische Zeitung, und Carolin Buchheim, fudder.de

So war es früher: Rausfahren, reden, Fotos machen, zurückkommen, runterschreiben, ins Layout einpassen, Enter – und weg. Doch die Zeiten haben sich geändert, heute werden auch im Lokaljournalismus Geschichten fürs Netz aufbereitet. Wie verwandle ich einen Print-Aufmacher über den schrecklichen Zustand der Umgehungsstraße in eine gute Geschichte fürs Web? Wie und wann setze ich Live-Reportagen, Leserreporter, Webvideos, Blogs und Chats ein? Und was bedeutet das im täglichen Arbeitsablauf einer Lokalredaktion? Im Seminar öffnen wir den crossmedialen Handwerkskasten und üben das Planen und Produzieren von Lokalgeschichten im Zeitalter des Internets.



„Es ist wichtig, dass die jungen Kollegen in den Journalistenschulen nicht nur lernen, wie der "Crossover-Journalismus" funktioniert, dass sie nicht nur lernen, wie man effektiv und schnell schreibt und produziert, sondern dass sie auch erfahren, dass es journalistische Vorbilder gibt, große Vorbilder – und warum sie sind und wie sie es wurden. Warum? Weil sie eine Haltung hatten.“ Heribert Prantl



FOTOGRAFIE

Die Basics: EINSTIEG IN DIE DIGITALFOTOGRAFIE

__ mit Ulf Dahl, Fotojournalist

Auch die modernste Kamera ist nur ein Werkzeug. Wer gute Bilder machen will, muss die Technik beherrschen, nicht umgekehrt. Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der Technik von Auslöseverzögerung über Brennweite bis Blende und Verschlusszeit. Und die Grundlagen der Bildgestaltung: Bildformate, Perspektiven, Bildschärfe und Kontraste. Das Ganze in vielen praktischen Übungen.

WEB-CODE: 10100

TERMIN
29. bis 30.03.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 310 €

Arbeiten mit Photoshop: BILDBEARBEITUNG

__ mit Ulf Dahl, Fotojournalist

Das Motiv zu dunkel, der Horizont schief, der Ausschnitt falsch – auch der beste Fotograf geht in den Photoshop, um seinen Bildern den letzten Schliff zu geben. Anhand praktischer Übungen lernen die Teilnehmer schnell den sicheren Umgang mit diesem professionellen Bildbearbeitungs-Programm. Sie üben an eigenen Bildern, die elementaren Funktionen der Software zu benutzen: unter anderen Tonwertkurven, Helligkeit und Kontrast, unscharf maskieren und Bildretusche.

WEB-CODE: 10101

TERMIN
31.03. bis 01.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 360 €

WEB-CODE: 10102

TERMIN
01. bis 04.06.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 510 €

Bildsprache: REPORTAGE- UND PORTRÄTFOTOGRAFIE

__ mit Prof. Jochen Blume, Fotograf,
und Sebastian Widmann, Fotojournalist

Fotografieren gehört für viele Journalisten heute ebenso zum Alltag wie das Schreiben. Doch wie bekommt ein Bild das gewisse Etwas? Was muss ich bedenken, ehe ich auf den Auslöser drücke? Wie mache ich Fotos, die zum Text passen? Wir beschäftigen uns mit Wahrnehmungslehre, Bildaufbau und Bildausschnitt. Und wir fotografieren eine eigene Reportage und ein Porträt.

WEB-CODE: 10103

TERMIN
25. bis 27.08.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 410 €

Der goldene Griff: BILDAUSWAHL / MAGAZINE

__ mit Anja Jöckel, Geo

Wie erzählt man mit Bildern von der Entschlüsselung des genetischen Codes, vom Technologietransfer oder von der Globalisierung? Dieses Seminar vermittelt, wie man Bilder für Magazine auswählt, in Bildagenturen recherchiert, Fotografen präzise brieft und mit der Art-Direktion zusammenarbeitet. Mit Rückblicken in fotojournalistische Entwicklungen und Moden der vergangenen Jahrzehnte und vielen Übungen aus der alltäglichen Praxis der Bildredaktion.

WEB-CODE: 10104

TERMIN
12.11.2010

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 210 €

Ärger mit Anwälten vermeiden: BILDRECHTE

__ mit Monika Bergmann, Bildredakteurin,
und Isabel Hornemann, Rechtsanwältin

Dürfen wir in unserem Magazin Luftbilder von Promi-Villen veröffentlichen? Muss ich die Rechte an den Kunstwerken klären, wenn die Bilder während einer Ausstellung fotografiert wurden? Und kann ein Verlag die Abbildung von Boris Becker auf dem Cover eines Tennis-Lehrbuches verwenden, ohne ihn um Erlaubnis zu fragen? Praxisnah vermittelt das Seminar das erforderliche Wissen anhand von Übungen und vielen Beispielen, damit im Umgang mit Bildern alles mit rechten Dingen zugeht.

ONLINE



Originell und schnell: SCHREIBEN FÜRS NETZ

__ mit Nea Matzen, tagesschau.de

Zum Anklicken reizend müssen die Texte sein, damit der Leser im wilden weiten Web unsere wertvollen Inhalte überhaupt wahrnimmt. In diesem Seminar geht es darum, pointiert zu formulieren, Leseanreize zu liefern, gekonnt zu gliedern und zu verlinken, Bildstrecken originell zu betexten sowie Teaser und Cliffhanger zu bauen. Texttraining per E-Mail vorab, der Zeitaufwand: viermal etwa eine halbe Stunde.

TERMINE
Online-Training:
18.01. bis 03.02.10
Präsenzseminar:
04. bis 05.02.10
Web-Code: 10071

Online-Training:
20.09. bis 06.10.10
Präsenzseminar:
07. bis 08.10.10
Web-Code: 10088

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 430 €

Subjektiv, locker, direkt: BLOG & WEBKOLUMNE

NEU

__ mit Christian Sauer, Redaktionsberater und Coach

Blog und Webkolumne sind zwei Formen, die schnell Karriere gemacht haben, vielleicht zu schnell. Die Anforderungen sind hoch, aber unklar. Locker geschrieben sollen die Texte sein, mit starker Meinung, und bitte witzig, ach was: an passender Stelle zum Schreien komisch. Am besten Achim Achilles, Stefan Niggemeier und Don Alphonso in einem. Wie funktionieren diese jungen Textgattungen? Wie finde ich Thema und Sound? Was bedeutet journalistische Qualität bei Blogs und Webkolumnen? Zwei Tage Intensivtraining mit vielen Beispielen, Übungen und Feedback auf eigene Versuche.

WEB-CODE: 10072

TERMIN
25. bis 26.02.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

WEB-CODE: 10073
TERMIN 10. bis 12.03.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 480 €

Alle Register: MULTIMEDIALES ERZÄHLEN I

__ mit Christian Radler und Nea Matzen, tagesschau.de, und Erik Tuckow, freier Grafiker

Wer als Journalist erfolgreich im Web unterwegs sein will, muss mehr beherrschen als flotte Texte und pfiffige Headlines. Wie funktionieren Videos im Netz? Was kann ich mit O-Tönen intensiver und eindringlicher erzählen als mit einem Text? Wo und wie kann ich Grafiken und Statistiken sinnvoll einsetzen? Und wie sorge ich dafür, dass User möglichst lange in den Verästelungen meiner Geschichte unterwegs sind? An Beispielen crossmedialer Anwendungen und mit vielen praktischen Übungen lernen die Teilnehmer die Vielfalt der Darstellungsweisen im Online-Journalismus kennen und entwickeln Konzepte für eigene Internetgeschichten.

WEB-CODE: 10087
TERMIN 13. bis 17.09.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 680 €

Große Komposition: MULTIMEDIALES ERZÄHLEN II

__ mit Christian Radler und Nea Matzen, tagesschau.de, und Erik Tuckow, freier Grafiker

Eine Geschichte erzählen mit allen Möglichkeiten, die eine Website bietet: mit Texten, mit interaktiven Grafiken, mit Pop-ups, Fotos, vertonten Slide-Shows und kurzen Videofilmen. Für jedes Stilmittel die angemessenen Inhalte finden und alles zu einem interaktiven Erlebnis für die Nutzer machen – das ist die große Herausforderung. Für Journalisten mit Erfahrung in multimedialen Anwendungen und für Teilnehmer des Seminars „Multimediales Erzählen I".

NEU
WEB-CODE: 10090
TERMIN 15. bis 19.11.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 680 €

Großes Kino online: MULTIMEDIALES STORYTELLING

__ mit Regina McCombs, Poynter Institute, St. Petersburg, Florida

Für multimediale Geschichten im Netz setzen amerikanische Medien und Produktionsfirmen die Maßstäbe. Die Web Documentaries erzählen packend, intensiv und punktgenau. In diesem fünftägigen Seminar vermittelt die Experten des Poynter Institute ihre Erfahrungen mit Planung, Storytelling und Post-Production. Die Teilnehmer erfahren, wann welches Medium den besten Effekt erzeugt – und wie die Arbeit zwischen Autoren, Fotografen und Produzenten am besten organisiert wird. Zielgruppe: erfahrene Web, Foto-, Audio- und Videojournalisten. Das Seminar findet in englischer Sprache statt.

NEU
WEB-CODE: 10075
TERMIN 30.03. bis 01.04.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 480 €

Kurzfilme im neuen Format: WEB DOCUMENTARY

__ mit Poul Madsen und Henrik Kastenskov, Bombay Flying Club, Dänemark

Knapp, packend, perfekt fürs Netz: Web Documentaries sind Destillate von Dokumentarfilmen, realisiert mit einer Mischung aus Fotos und Bewegtbild-Sequenzen, mit Texten, O-Tönen und Musik. Ein Web Documentary geht technisch über eine Audio-Slideshow hinaus. Die Dozenten zeigen die Möglichkeiten des neuen journalistischen Formats im Internet; sie besprechen Erzählstrategien und Produktionsprozesse. Für Online-Journalisten mit Ambitionen. Das Seminar findet überwiegend in englischer Sprache statt.

WEB-CODE: 10077
TERMIN 21. bis 23.04.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 480 €

Erzähl-Kino: VIDEO FÜRS WEB

__ mit Bernd Kliebhan, Videoreporter-Trainer, und Matthias Sdun, Videojournalist / freeeye.tv

Immer häufiger ziehen schreibende Reporter mit DV-Kameras los, um zusätzlich Videomaterial online stellen zu können. In diesem dreitägigen Crash-Kurs vermitteln wir Grundwissen über Erzählmöglichkeiten des Films und Kameratechnik. Es geht um Handlungsachse, Bildaufbau und Spannungsbogen, das Ganze unterlegt mit vielen praktischen Übungen

WEB-CODE: 10078
TERMIN 20. bis 21.05.10
TEILNEHMER: 10
GEBÜHR: 380 €

Tonbilder: SLIDESHOWS ALS JOURNALISTISCHE FORM

__ mit Kai Voigtländer, Akademie für Publizistik

Viel emotionaler als eine reine Fotostrecke, aber nicht so aufwendig wie ein Video: Die Audio-Slideshow erzählt Geschichten auf eine ganz eigene Art, sehr nah an den Protagonisten, direkt und authentisch, ähnlich einer guten Kurzgeschichte. Das noch junge Erzählformat bietet einen guten Einstieg in das Storytelling mit Bildern. Die Software für die Bild- und Tonbearbeitung ist intuitiv und leicht zu erlernen. Die Teilnehmer lernen, wie sie Schützenfeste, das Porträt eines Musikers und andere journalistisch bedeutsame Ereignisse in einer attraktiven und netztauglichen Form neu erzählen können.

WEB-CODE: 10083

TERMIN
08. bis 09.07.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

User gut im Griff: COMMUNITY-MANAGEMENT I

__ mit Dirk von Gehlen, jetzt.de

Die Lagerfeuer des 21. Jahrhunderts brennen im Internet. Menschen sammeln sich rund um ihre gemeinsame Begeisterung, sei es für Fotografie, fürs Kochen oder für eine Lebenshaltung: Sie werden Teil einer Community. Das sorgt für eine starke Bindung von Lesern und Nutzern an die Marke. Doch haben die Communities etwas mit Journalismus zu tun – oder eher mit subkutanem Marketing? Können Redaktionen aus ihnen Themenanregungen und Content gewinnen? Wie geht man mit User-Kommentaren um? Und hinter welchem Klick lauert der Staatsanwalt? Ein Seminar für alle, die eine Community starten wollen oder schon gegründet haben. Mit Tipps und Hilfestellungen für die eigene Praxis.

NEU

WEB-CODE: 10076

TERMIN
12. bis 13.04.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

User animieren: COMMUNITY-MANAGEMENT II

__ mit Dirk von Gehlen, jetzt.de

Auch die beste Community kann irgendwann verstummen, das schönste Forum veröden: Die Anzahl der Mitglieder stagniert, nur die üblichen Verdächtigen schreiben noch Beiträge oder laden Rezepte hoch. Meist erlischt dann auch die Euphorie des Community-Managers. In diesem Seminar lernen die Teilnehmer, wie regelmäßige Impulse die Sache lebendig halten können. Zudem sprechen wir über den Umgang mit problematischen Usern. Inklusive eines konstruktiven Feedbacks auf die eigene Community. Die Zielgruppe sind erfahrene Community-Manager und Teilnehmer des Seminars Community-Management I.

NEU

WEB-CODE: 10081

TERMIN
24. bis 25.06.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

Twitter, Blog, Facebook: SELBSTMARKETING IM WEB

__ mit Don Dahlmann, freier Journalist und Blogger

Die eigene Homepage war gestern. Viel lebendiger und wirkungsvoller ist es, das eigene Online-Profil mit verschiedenen Diensten zu entwickeln, etwa mit Blogs, mit Hilfe von Twitter oder den vielen Social Communities im Web. Dieses Seminar für Journalisten macht mit den wichtigsten Werkzeugen der Selbstvermarktung im Netz bekannt und zeigt, wie man sich der sozialen Netzwerke bedient, um die eigene Marke im Internet stringent auszurichten und zu pflegen.

Quick and dirty: MOBILE REPORTING

__ mit Christian Radler, tagesschau.de,
und Peter Berger, Redaktionsberater

Vier bis sechs Menschen brauchte es früher, um einen Videobeitrag herzustellen und zu senden. Heute zückt die Reporterin ihr Handy, dreht acht Einstellungen und lädt ihr Filmmaterial innerhalb von Minuten hoch. Aktuelle Bilder und Geschichten können so mit wenig Aufwand aufgenommen und mit einfacher Technik schnell verbreitet werden. Bei diesem praxisorientierten Training lernen die Teilnehmer Chancen, Risiken und Nebenwirkungen des Quick-and-dirty-Journalismus kennen. Und sie können vom Twittern über das Drehen mit der Handykamera bis zum Livestream alles selbst ausprobieren.

WEB-CODE: 10082

TERMIN
28. bis 30.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 480 €

Planen und bauen fürs Netz: ONLINE-KONZEPTION

__ mit Sebastian Deterding, Gruner + Jahr

Ob neues Online-Format oder ein Relaunch der Netzpräsenz: Ein Web-Auftritt muss immer geplant und gebaut werden, alle Wünsche der Redaktion festhalten und gleichzeitig umsetzbar sein. Das Ziel sind Websites, die profitabel, machbar, User-freundlich und zudem noch ästhetisch ansprechend sind. Das Seminar erklärt die Phasen und Methoden der Online-Konzeption und stellt Vorlagen bereit, mit denen die Teilnehmer sofort arbeiten können.

NEU

WEB-CODE: 10085

TERMIN
02. bis 03.08.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

Grauzonen der Legalität: ONLINE-PRESSERECHT

__ mit Matthias Spielkamp, iRights.info,
und Till Kreutzer, Rechtsanwalt

Da gibt es dieses Foto bei flickr, das die Geschichte so schön abrunden würde. Oder diese Vier-Takte-Sequenz aus dem Internet, wie gemacht für die Tonspur zur Slideshow. Runterladen geht schnell, birgt aber juristische Risiken. Was darf ich als Journalist in der digitalen Welt? Und was muss ich als Betreiber einer Website wissen? Das Seminar vermittelt die wichtigsten Rechtskenntnisse für Online-Journalisten: Impressumspflicht, Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht, Bestimmungen des Datenschutzes und Jugendschutzes, Haftung für Links und Forenbeiträge.

WEB-CODE: 10089

TERMIN
29.10.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 230 €

WEB-CODE: 10092

TERMIN
25. bis 26.11.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

Kritisch, nicht klein: ONLINE-ANGEBOTE FÜR KINDER

— mit Nea Matzen, tagesschau.de,
und Bettina Schütz, freie Journalistin

Schon Achtjährige wissen ganz genau, wie sie ihre Informationen und ihre Unterhaltung aus dem Web beziehen können. Wer Kinder als Zielgruppe erreichen will, muss sie im Internet ansprechen. Aber sie sind kritisch, wach und schnell gelangweilt. Wie texte ich für Fünfjährige, wie für Zwölfjährige? Welche Erkenntnisse aus der Entwicklungspsychologie helfen mir, den richtigen Ton zu treffen? Wir sprechen über Aufbau, Ansprache und Erzählformen. All dies trainieren wir in praktischen Übungen. Bei einer Tour durchs Netz testen wir verschiedene Angebote für Kinder und diskutieren mit deren Machern.

NEU

WEB-CODE: 10086

TERMIN
06.09.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 230 €

Regionaler geht's nicht: AUS ZAHLEN THEMEN MACHEN

— Ein Seminar im Rahmen des Studienganges der Leipzig School of Media NMJ, in Kooperation mit der Schweizer Journalistenschule MAZ, Luzern

Wie viele Kinder im vergangenen Jahr im Straßenverkehr verunglückt sind, lässt sich leicht recherchieren. Aber wie finde ich heraus, welche Stellen in meiner Region für sie besonders gefährlich sind? Um kompetent berichten zu können, sollten Lokaljournalisten nicht nur Statistiken lesen können – sie sollten die Zahlen auch interpretieren, weitere Daten finden und auch mal selbst nachrechnen können. Das Seminar zeigt, wie anhand allgemein zugänglicher Daten Themen generiert werden und wie aus Zahlenkolonnen spannende Geschichten entstehen können.

Weitere Online-Kompetenz können Sie in diesen Seminaren erwerben:

INTERNET-WISSEN FÜR JOURNALISTEN S. 22
mit Peter Berger, Redaktionsberater und Autor
Web-Code: 10070 · Termin: 25. bis 26.01.10

NEU RECHERCHE IN SOZIALEN NETZWERKEN S. 23
mit Marcus Bösch, Deutsche Welle, blogschau
Web-Code: 10074 · Termin: 22. bis 23.03.10

NEU ONLINE QUELLEN PRÜFEN S. 23
mit Albrecht Ude, freier Journalist
Web-Code: 10079 · Termin: 31.05.10

NEU ONLINE-RECHERCHE INTENSIV S. 23
mit Paul Myers, BBC, und Marcus Lindemann, Autorenwerk
Web-Code: 10080 · Termin: 06. bis 08.06.10
Web-Code: 10091 · Termin: 22. bis 24.11.10

FERNSEHEN



Mit Bildern erzählen: DER MAGAZIN-BEITRAG

— mit Katarina Schickling, TV-Journalistin

Ob Explosiv oder Monitor, ob Boulevard- oder Politmagazin: In diesem Seminar geht es um die Regeln des Magazinjournalismus und um die spezifische Dramaturgie eines Beitrags. Die Teilnehmer drehen und schneiden kurze Magazinbeiträge. Außerdem lernen sie, durch kleine Änderungen die Qualität der Stücke deutlich zu verbessern, um auch unter Zeit- und Personaldruck möglichst originelle und informative Beiträge zu produzieren.

WEB-CODE: 10110

TERMIN
19. bis 22.01.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 580 €

Die lange Form: TV-DOKUS UND REPORTAGEN

— mit Timo Großpietsch, TV-Journalist

Was unterscheidet einen kurzen Magazinbeitrag von einer 30-minütigen Reportage? Welche Themen eignen sich für die lange Form von 60 Minuten? Und was zeichnet eine gute Dokumentation aus, welche Dramaturgie sorgt für den großen Spannungsbogen? Die Teilnehmer lernen im Seminar, wie aus einer Filmidee ein Film wird, was gute Drehvorbereitung ausmacht, wie man ein Thema an einen Sender verkauft und wie ein Treatment gestaltet sein sollte. Bitte Filmideen für mögliche Dokus oder eigene Magazinbeiträge mitbringen, aus denen ein langer Film entstehen soll.

WEB-CODE: 10112

TERMIN
15. bis 16.03.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

NEU

WEB-CODE: 10116

TERMIN
02. - 04.06.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 430 €

Den Alltag neu erzählen: DIE DOKU-SOAP

__ mit Claudia Wallbrecht, TV-Journalistin

Alltag im Kreißsaal, Personaldramen in Nobelhotels oder Menschen auf der Großbaustelle: Die Doku-Soap macht aus dem richtigen Leben mehr oder weniger gelungene Fernsehunterhaltung. Doch wieviel Doku braucht das Format und wieviel Soap verträgt es? Nach welchen dramaturgischen Gesetzen werden die Plots erzählt, und was sollte bei der Vorbereitung, beim Dreh und im Schnitt beachtet werden? Das Seminar gibt eine kompakte Einführung in Theorie und Praxis des Genres. Zudem besprechen wir anhand von Beispielen, wo die Chancen und wo die Tücken des Formats für Fernsehmacher liegen.

WEB-CODE: 10121

TERMIN
17. bis 19.09.2010
(Fr. bis So.)

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 430 €

Rote Fäden finden: DOKUMENTARISCHE DRAMATURGIE

__ mit Gregor Alexander Heussen, Coach für TV-Dramaturgie

Wer lange Dokumentationen fürs Fernsehen oder Kino dreht, kennt die Schwierigkeiten mit der dramaturgischen Gestaltung. Ist sie gelungen, wirkt der Film spannend, inhaltsreich, kompetent, und der Stoff erschließt sich dem Publikum. Wir sprechen unter anderem über Erzähl-Rhythmus, Struktur, Hauptfiguren, Filmtexte, O-Töne, Musik und Geräusche. Das Seminar richtet sich an Filmemacher vorwiegend langer dokumentarischer Formate.

NEU

WEB-CODE: 10115

TERMIN
31.05.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 230 €

Internationale Trends: NEUE FORMATE IM FERNSEHEN

__ mit Elfi Jäger und Sonja Behrens, TV Sisters

Das Supertalent (RTL), Germany's Next Topmodel (ProSieben) oder das perfekte Dinner (Vox): Deutsche Sender adaptieren erfolgreich Formate aus anderen Ländern. Noch vor wenigen Jahren war Deutschland Importweltmeister, eigene Ideen für TV-Formate mit internationalem Potential fehlten. Das hat sich grundlegend geändert, seit sich „Schlag den Raab" zum Export-Hit entwickelt hat. Wir erklären im Seminar, welche Formate heute im Trend liegen und zeigen viele Clips mit Beispielen. Wir diskutieren, wie sich deutsche Formate heute verkaufen und beschreiben, wie sich der internationale Formathandel in den vergangenen Jahren verändert hat.

Die Basics: VIDEOJOURNALISMUS I

__ mit Bernd Kliebhan, VJ-Trainer,
und Nina Thomas, hr-Videojournalistin und VJ-Trainerin

Fernsehbeiträge oder Internetvideos können heutzutage auch im Alleingang entstehen. Ein kleines digitales Equipment macht es möglich. Immer mehr Sender, Produktionsfirmen und Verlage setzen auf die preiswerte und flexible Ressource des Videojournalisten: den selbst drehenden und selbst schneidenden Autor. In diesem Kurs lernen die Teilnehmer den sicheren Umgang mit Kamera und Schnittsoftware in praktischen Übungen.

TERMINE
26. bis 30.04.10
Web-Code: 10114

06. bis 10.09.10
Web-Code: 10120

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 980 € / 780 €*

* Für Teilnehmer, die ihre eigene Kamera-Ausrüstung zum Seminar mitbringen.

Gut gedreht: VIDEOJOURNALISMUS II

__ mit Nina Thomas, hr-Videojournalistin und VJ-Trainerin,
und Roberto Tossuti, hr-Videojournalist, Kameramann und VJ-Trainer

Ein routinierter Umgang mit der Technik ist Voraussetzung für dieses Seminar. Der Schlüssel zum Erfolg als Videojournalist ist der kreative Einsatz der Technik. Nur wer interessante, aussagekräftige Bilder aufnimmt und sie beim Schnitt zu packenden Beiträgen montieren kann, wird beim Publikum Erfolg haben. Der Kurs vertieft die Bild- und Schnittgestaltung. Mit Analysen von Beispielen und vielen Übungen.

WEB-CODE: 10123

TERMIN
08. bis 12.11.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 980 € / 780 €*

* Für Teilnehmer, die ihre eigene Kamera-Ausrüstung zum Seminar mitbringen.

So kommt der Film ins Netz: WEBSTREAMING

__ mit Max von Klitzing, freeeye.tv

Ein eigenes Web-TV zu starten, ist einfach – wenn man weiß, wie's geht. Im Seminar drehen die Teilnehmer einen Video-Clip und präsentieren ihn anschließend im Netz. Wir gehen alle Produktionsschritte durch, die dafür nötig sind. Wir sprechen über die notwendige Hard- und Software, verschiedene Videoformate und über die verschiedenen Möglichkeiten von Videodateien im Internet. Wir bearbeiten das Filmmaterial mit AVID, encodieren den Clip, laden ihn auf den Server und binden ihn in die Website ein. Grundlagenwissen über HTML ist von Vorteil, aber nicht Bedingung.

NEU

WEB-CODE: 10119

TERMIN
30. bis 31.08.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

WEB-CODE: 10111

TERMIN
08. bis 09.03.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Vor der Kamera glänzen: DER TV-AUFSAGER

__ mit Peter Kranz, heute journal

Der Wechsel vor die Kamera ist für Reporter oder Korrespondenten ein Weltenwechsel: Plötzlich stehen sie selbst im Licht – und damit auch ihre echten oder vermeintlichen Schwächen. Das Seminar vermittelt die Grundlagen für einen sicheren Auftritt vor großem Fernseh-Publikum. Die Teilnehmer üben, die Scheu vor der Kamera abzulegen und die richtigen Worte für unterschiedliche Situationen zu finden.

WEB-CODE: 10113

TERMIN
06. bis 07.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Der Schritt ins On: FERNSEH-MODERATION

__ mit Marco Heinsohn, Sat.1

Wer seinen Zuschauern leibhaftig unter die Augen tritt, ob im Fernsehen oder Web-TV, braucht mehr als nur Wortgewandheit. Die Teilnehmer dieses Seminars erfahren, worauf es bei An- und Abmoderationen ankommt: Inhalt, Sprache, die Wahl der richtigen Zeit, Aufbau eines Spannungsbogens und der Einsatz von Mimik, Gestik und Körpersprache. Im Studio haben sie dann die Möglichkeit, sich selbst vor der Kamera auszuprobieren.

WEB-CODE: 10117

TERMIN
21. bis 22.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Mit Hirn und Haltung: DAS FERNSEH-INTERVIEW

__ mit Markus Tirok, TV-Journalist und Produzent

Ein gutes Interview ist solides Handwerk. Dazu gehören eine intensive Vorbereitung, klare Gesprächsführung, differenzierte Fragetechnik und gute Körpersprache. Neben inhaltlicher Kompetenz muß sich jeder Journalist auch seines Auftretens und seiner Haltung bewußt sein, um beides entsprechend einsetzen zu können. Im praktischen Teil des zweitägigen Seminars befragen die Teilnehmer ausgewählte Interviewpartner zur Person und zu Sachthemen. Die Interviews werden im Fernsehstudio aufgezeichnet und anschließend ausgewertet.

FERNSEHEN

WEB-CODE: 10118

TERMIN
16. bis 17.08.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Klar und deutlich: SPRECHTRAINING

__ mit Katja Kindermann, Sprech- und Kommunikationstrainerin

Bei diesem zweitägigen Sprechtraining lernen die Teilnehmer, Atmung und Stimme richtig einzusetzen, die Intonation ihrer Stimme zu variieren und stimmliche Gestaltungsmöglichkeiten zu nutzen. Von den Grundlagen zu Aussprache und Artikulation arbeiten wir uns vor zum individuellen Stimm- und Sprechausdruck sowie zu Lesetechniken der verschiedenen journalistischen Textsorten. Und wir üben den richtigen Umgang mit Lampenfieber.

WEB-CODE: 10122

TERMIN
21. bis 22.10.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 330 €

Der Ton zum Bild: TEXTEN FÜRS FERNSEHEN

__ mit Elke Sandtner, freie TV-Journalistin

Der Text in Filmbeiträgen soll die Bilder wohldosiert ergänzen. Doch immer wieder werden gute Einstellungen zugetextet, dafür bleibt Erklärungsbedürftiges unkommentiert. Wir üben das richtige Maß und den guten Ton: Wie texte ich einen Nachrichtenfilm, wie einen Magazinbeitrag? Wie setze ich Musik und Geräusche ein? Und wie gehe ich mit O-Tönen richtig um?

„Stil ist ein Verhältnis zwischen zwei Größen: Je mehr Erfahrungen ein Text wiedergibt und je weniger Wörter der Text dazu braucht, desto besser der Stil." Ernst Alexander Rauter





HÖRFUNK

NEU

WEB-CODE: 10124

TERMIN
18. bis 19.03.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Geschichten für die Ohren: THEMEN FINDEN

__ mit Detlef Kuschka, Antenne Bayern

Jeder Sender will die besten Themen. Doch welche sind das? Wie finde ich sie? Und wie setze ich sie so um, dass sie von den Hörern auch geschätzt werden? Das Seminar wendet sich an Jung-Redakteure sowie an Volontäre und Neu-Moderatoren im Hörfunk. Wir sprechen über die Gesetze des Themenfindens, machen viele praktische Übungen, trainieren die Kreativität und üben, Ideen umzusetzen. Denn Radio darf alles sein – nur nicht langweilig!

WEB-CODE: 10125

TERMIN
18. bis 19.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Je stärker je lieber: O-TÖNE IM RADIO

__ mit Jörgpeter Ahlers, NDR

Der O-Ton ist die Seele des Radiobeitrags. Seine Relevanz und Intensität entscheidet, wie aufmerksam Hörer das Stück verfolgen und wie gut Kollegen es beurteilen. Die Teilnehmer entwickeln Kriterien für eine Erfolg versprechende Suche nach O-Ton-Partnern und Aufnahmeorten. Sie üben, wie sie kurze, prägnante Aussagen bekommen, auch bei sehr emotionalen O-Ton-Gebern wie zum Beispiel Kindern. Und es geht um Fairness und Feingefühl: Menschen, die aufgewühlt sind oder die Tragweite des Interviews nicht überblicken, dürfen sich am Ende nicht benutzt fühlen.

Üben beim Schlagermove: DIE LIVE-REPORTAGE

__ mit Jörg Steinkamp, freier Journalist

Radio ist Kino im Kopf: Ist eine Reportage gut gemacht, transportiert sie Emotionen, Informationen und Einblicke ins wahre Leben. Aber wann ist sie gut? Wann bin ich als Hörfunk-Reporter nah genug am Geschehen? Wann muss ich einen Schritt zurücktreten, um den Überblick zu bekommen? Nach dem theoretischen Teil machen die Teilnehmer eine Live-Reportage vom Hamburger Schlagermove: 500.000 Menschen kommen jedes Jahr an die Alster, um die etwas andere Loveparade zu erleben. Wer hier als Radio-Reporter dabei war, lässt sich später von nichts mehr abschrecken: weder von Zeitdruck noch von lauter Umgebung oder von Menschenmassen.

WEB-CODE: 10126

TERMIN
16. bis 17.07.10
(Fr. und Sa.)

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 380 €

Weitere crossmediale Kompetenz können Sie in folgenden Seminaren erwerben:

VIDEO FÜRS WEB S. 37
mit Bernd Kliebhan, Videoreporter-Trainer,
und Matthias Sdun, Videojournalist / freeeye.tv
Web-Code: 10077 · Termin: 21. bis 23.04.10

MOBILE REPORTING S. 39
mit Christian Radler, tagesschau.de,
und Peter Berger, Redaktionsberater
Web-Code: 10082 · Termin: 28. bis 30.06.10

SCHREIBEN FÜRS NETZ S. 35
mit Nea Matzen, tagesschau.de
Web-Code 1: 10071 · Termin 1: 04. bis 05.02.10
Web-Code 2: 10088 · Termin 2: 07. bis 08.10.10

NEU WEB DOCUMENTARY S. 37
mit Poul Madsen und Henrik Kastenskov,
Bombay Flying Club, Dänemark
Web-Code: 10075 · Termin: 30.03. bis 01.04.10

SLIDESHOWS ALS JOURNALISTISCHE FORM S. 37
mit Kai Voigtländer, Akademie für Publizistik
Web-Code: 10078 · Termin: 20. bis 21.05.10

DIE CROSSMEDIALE LOKALGESCHICHTE S. 32
mit James Röderer, Lokalredaktion Badische Zeitung,
und Carolin Buchheim, fudder.de
Web-Code: 10084 · Termin: 30. bis 31.07.10 (Fr. und Sa.)

„Eine gute Metapher ist klüger als ihr Autor." Heiner Müller

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT





TERMINE
27. bis 29.01.09
mit Christoph Holstein
Web-Code: 10130

18. bis 20.08.10
mit Christiane Visbeck
Web-Code: 10136

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 690 €

Schreiben für Zielgruppen: PR-WERKSTATT

__ mit Christoph Holstein, Pressesprecher,
mit Christiane Visbeck, Kommunikationsberaterin

Wie formuliere ich meine Botschaft prägnant, verständlich und anschaulich? Was will welche Zielgruppe überhaupt wissen? Was ist wichtig in einem PR-Text und wie gliedere und formuliere ich die Informationen in der richtigen Reihenfolge? Das Seminar bietet in vielen praktischen Übungen konkrete Arbeit an Texten. Die Teilnehmer prüfen, welche Information zu welcher Textsorte passt und untersuchen Fremdtexte auf ihre Wirkung.

WEB-CODE: 10131

TERMIN
24. bis 26.02.10

TEILNEHMER: 12

GEBÜHR: 620 €

Die Basics: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND PR

__ mit Jens Breder, Leiter Kommunikation und Marketing der Komischen Oper Berlin,
und Bärbel Reichelt, Pressereferentin

Was gehört zur Öffentlichkeitsarbeit für ein Unternehmen, eine Agentur, eine Organisation? Das Seminar wendet sich an Einsteiger und vermittelt die Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit und stellt deren Instrumente vor. Wir üben mit den Teilnehmern, Kampagnen zu entwickeln und stellen die Arbeitsmöglichkeiten für Journalisten in der Öffentlichkeitsarbeit vor.

Maßarbeit: KAMPAGNE MIT KONZEPT

__ mit Christina Müller, text+pr

Gute PR gibts nicht von der Stange. Ein Gesamtkonzept, das die Ziele, Zielgruppen und Images eines Unternehmens oder einer Organisation im Blick hat, kann mehr bewirken als ein halbherziges Event mit Luftballons oder ein teures, aber inhaltsleeres Spektakel. Die Teilnehmer dieses Workshops arbeiten an ihren eigenen PR-Themen und entwickeln die Bausteine für eine Kampagne mit Konzept.

WEB-CODE: 10132

TERMIN
18. bis 19.03.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

Virtuos virtuell: PR-INSTRUMENTE IM WEB

__ mit Klaus Eck, Kommunikationsberater

Internet-PR ist schnell und direkt. Aber auch hier muss die Zielgruppenansprache sitzen. Wie werde ich gefunden? Welche Instrumente spielen im Netz eine Rolle? Und welchen Zweck erfüllen Unternehmens-Websites, Newsletter, virtuelle Pressemappen, Telefonkonferenzen oder News-Feeds – im Alltag und in der Krisen-PR? Besprochen werden auch die Herausforderungen und Fallstricke von User Generated Content, Blogs, Foren und Social Communities: vom Monitoring bis zu rechtlichen Aspekten.

WEB-CODE: 10133

TERMIN
08. bis 09.04.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

Reizend und prägnant: PR-TEXTE IM WEB

__ mit Nicola Wessinghage, Mann beisst Hund

Zum Anklicken müssen die Texte sein. Aber das ist nicht genug. Dieses Seminar vermittelt, wie man Überschriften auf den Punkt bringt, mit Teasern Interesse weckt und auch noch spannende Cliffhanger einbaut. In praktischen Übungen lernen die Teilnehmer das Know-How für zielgruppengerechtes Schreiben im Internet. Prägnant platzierte PR-Botschaften im Netz stehen dabei genauso im Mittelpunkt wie verständliches Formulieren.

WEB-CODE: 10134

TERMIN
10. bis 11.05.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

WEB-CODE: 10135

TERMIN
10. bis 11.06.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

Vorbeugen oder löschen: KRISEN-PR

__ mit Beate Hoffmann, Bremer Medienbüro

Ein Unglücksfall kann über Nacht das gute Image eines Unternehmens zerstören. Aber auch kleine Krisen können schaden. Im besten Fall sind sie vorhersehbar. Das Seminar zeigt, wie man Krisen vorbeugt und was zu tun ist, wenn die Krise da ist. Mit Beispielen aus der Praxis, Übungen und Kommunikationstraining.

NEU

WEB-CODE: 10137

TERMIN
13. bis 15.09.10

TEILNEHMER: 6

GEBÜHR: 870 €

Kunden überzeugen: FREIE REDE UND PRÄSENTATION

__ mit Dorothee von Bose, Kommunikationsberaterin und Coach

PR-Fachleute müssen vieles können: sich selbst präsentieren, rhetorisch fit sein und mit Power-Point-Shows brillieren. Das alles können Teilnehmer in diesem Seminar lernen und üben. Wir beschäftigen uns mit den wichtigsten verbalen und nonverbalen Aspekten der freien Rede, entwickeln tragfähige Statements für unterschiedliche Situationen und bearbeiten die eigene Power-Point-Präsentation so, dass sie die Zielgruppe noch genauer anspricht. Die mitgebrachte Präsentation sollte nicht mehr als 15 Minuten dauern.

WEB-CODE: 10138

TERMIN
04. bis 05.10.10

TEILNEHMER: 10

GEBÜHR: 590 €

Warme Worte: REDEN SCHREIBEN

__ mit Christoph Schlegel, Journalist und Redenschreiber

Politik, Wirtschaft, Verbände: Alle brauchen Reden – und jemanden, der sie spannend formuliert. Für Journalisten ist Redenschreiben häufig ein Sprung ins kalte Wasser. Der Auftraggeber sagt: „Ich muss am Donnerstag beim BDA sprechen, schreiben Sie mir ein paar warme Worte!" und so klingen die Reden dann auch. Doch eine gute Rede ist mehr als ein guter Artikel; sie ist eine kleine Inszenierung. Damit es auch ein Erfolgsstück wird, trainieren wir den dramaturgischen Aufbau, die Recherche nach Rede-Inhalten sowie das bilderreiche Schreiben.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

WEB-CODE: 10139

TERMIN
29.11. bis 01.12.10

TEILNEHMER: 10

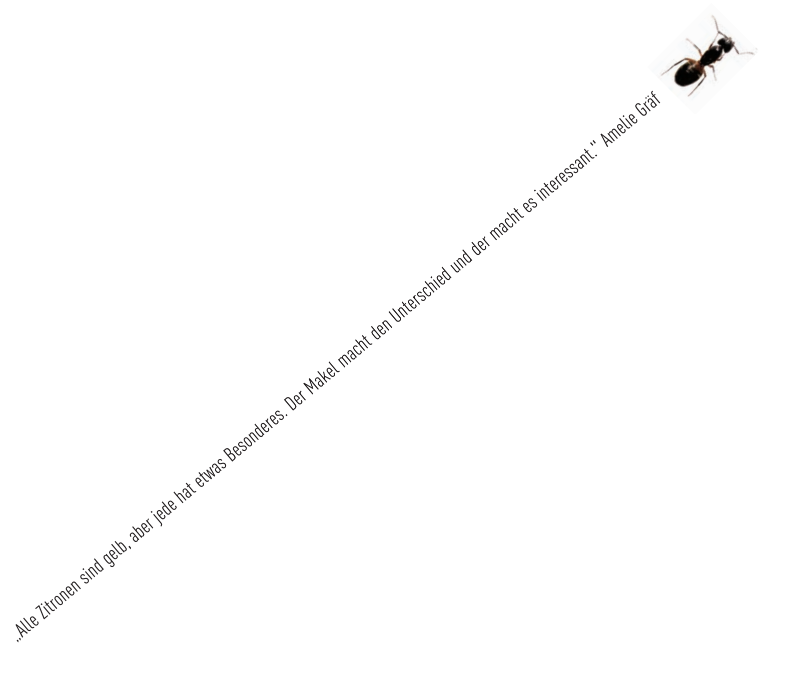
GEBÜHR: 690 €

Unter uns: DIE MITARBEITER-ZEITSCHRIFT

__ mit Beate Hoffmann, Bremer Medienbüro,
und Nikola Wachsmuth, Kreativdirektorin

Wenn Unternehmen über Öffentlichkeitsarbeit nachdenken, werden die eigenen Mitarbeiter leicht übersehen. Dabei ist die Mitarbeiterzeitschrift auch für kleinere Betriebe ein wichtiges Instrument der operativen Führung. Allerdings nur unter einer Bedingung: Das Blatt ist handwerklich hervorragend gemacht. Genau daran machen wir uns in diesem Seminar: an Themenplanung, Darstellungsformen und Heftgestaltung. Und wir besprechen, wie sich eine Mitarbeiterzeitschrift im Unternehmen erfolgreich verankern lässt. Mit vielen Übungen.

Die Dozentinnen werten die Magazine der Teilnehmenden vor Seminarbeginn aus – für die Programmkonzeption und eine individuelle Blattkritik.



ZIELGRUPPE
Volontäre von Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen

TERMINE
Web-Code 10001
04.01. bis 29.01.10

Web-Code 10002
01.02. bis 26.02.10

Web-Code 10003
01.03. bis 26.03.10

Web-Code 10004
06.04. bis 30.04.10

Web-Code 10005
03.05. bis 28.05.10

Web-Code 10006
07.06. bis 02.07.10

Web-Code 10008
02.08. bis 27.08.10

Web-Code 10009
30.08. bis 24.09.10

Web-Code 10010
27.09. bis 22.10.10

Web-Code 10011
25.10. bis 19.11.10

TEILNEHMER: 20

GEBÜHR:
1.030 €* / 1.790 €

* Für die Teilnehmer aus Häusern, die sich durch Mitgliedsbeiträge, Umlagen oder Spenden an der Grundfinanzierung der Akademie beteiligen.

KOMPAKTKURSE FÜR PRINT-VOLONTÄRE

(Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen)

Journalistische Grundlagen, intensives Training: Die vierwöchigen Grundkurse sind unverzichtbarer Bestandteil jedes Volontariats

Alle Kompaktkurse enthalten folgende Elemente:

- Themen finden
- Nachricht / Bericht
- Texten fürs Web
- Kleintexte: Titel, Vorspann, Bildunterschrift
- Redigieren
- Interview
- Kommentar / Glosse
- Reportage / Porträt
- Recherche, inklusive Online-Recherche
- Praxisfragen des Presserechts
- Pressefotografie
- Berufsfeld freier Journalismus
- Abendtermin / Redaktionsbesuch bei Hamburger Medien
- Produktion eines multimedialen Dossiers

Mögliche Zusatzangebote, je nach Gruppen-Zusammensetzung:

- Kreatives Schreiben
- Boulevard
- Feature / Magazingeschichte
- Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

VOLONTÄRSAUSBILDUNG KOMPAKTKURSE

KOMPAKTKURS FÜR VOLONTÄRE VON ZEITSCHRIFTEN

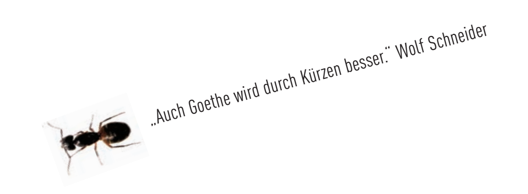
Journalistisches Grundhandwerk, speziell zugeschnitten auf Kollegen von Fachmagazinen. Einschließlich Intensivtraining und Blick über den Tellerrand.

Der Kompaktkurs enthält folgende Elemente:

- Themen finden
- Nachricht / Bericht
- Texten fürs Web
- Redigieren
- Interview
- Editorial / Kommentar
- Kleintexte: Titel, Vorspann, Bildunterschrift
- Reportage / Porträt
- Feature / Magazingeschichte
- Recherche, inklusive Online-Recherche
- Magazin-Layout
- Praxisfragen des Presserechts
- Abendtermin / Redaktionsbesuch bei Hamburger Medien
- Pressefotografie
- Produktion eines multimedialen Dossiers

Mögliche Zusatzangebote, je nach Teilnehmer-Zusammensetzung:

- Kreatives Schreiben
- Berufsfeld freier Journalismus
- Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



ZIELGRUPPE
Volontäre und Jungredakteure von Zeitschriften

TERMIN
Web-Code: 10007
05.07. bis 30.07.10

TEILNEHMER: 20

GEBÜHR:
1.030 €* / 1.790 €

* Für die Teilnehmer aus Häusern, die sich durch Mitgliedsbeiträge, Umlagen oder Spenden an der Grundfinanzierung der Akademie beteiligen.

ZIELGRUPPE
Volontäre in Hörfunkredaktionen

TERMINE
Web-Code: 10014
01.02. bis 12.02.10 (Teil 1)
03.05. bis 14.05.10 (Teil 2)

Web-Code: 10015
02.08. bis 13.08.10 (Teil 1)
25.10. bis 05.11.10 (Teil 2)

TEILNEHMER: 16

GEBÜHR:
1.130,- €* / 1.890,- €

* Für die Teilnehmer aus Häusern, die sich durch Mitgliedsbeiträge, Umlagen oder Spenden an der Grundfinanzierung der Akademie beteiligen.

KOMPAKTKURSE FÜR RADIO-VOLONTÄRE

Dieser Hörfunk-Kompaktkurs ist speziell auf Redaktionen des Privatfunks zugeschnitten. In dem zweigeteilten Kurs (2 x 2 Wochen) geht es um journalistisches Grundhandwerk und um Rezepte für erfolgreiches Formatradio.

- Nachricht
- Interview
- Der gebaute Beitrag
- Reportage und Korri-Talk
- Recherche, inklusive Online-Recherche
- Praxisfragen des Presserechts
- On-Air-Promotion
- Moderation und Präsentation
- Formatradio
- Music-Programming
- Comedy
- Off-Air-Entertainment
- Erfolg messen
- Crossmediales Erzählen / Handwerk
- Zukunft des Radios

Mögliche Zusatzangebote, je nach Gruppenzusammensetzung:

- Kommentar
- Freier Journalismus
- Vermarktung von Radio
- Redaktionsbesuch bei Hamburger Sendern
- Abendgäste

VOLONTÄRSAUSBILDUNG KOMPAKTKURSE

KOMPAKTKURSE FÜR FERNSEH-VOLONTÄRE

Journalistisches Grundhandwerk, Intensivtraining und die wichtigsten Erkenntnisse über strategische Programmgestaltung sind Bestandteil des vierwöchigen Grundkurses. Dazu gehören:

- Nachrichten
- Interview
- Magazinbeitrag
- Reportage
- Aufsager
- Moderation
- Themen finden
- Recherche, inklusive Online-Recherche
- Praxisfragen des Presserechts
- Crossmediales Handwerk
- Optisches Berichten
- Einblick in der Handwerk der Videojournalisten
- Texten fürs Fernsehen
- Sprechtraining
- Abendtermin / Redaktionsbesuch bei Hamburger Medien
- Formatentwicklung
- Produktion
- Fernsehtrends
- Produktion einer Fernsehsendung, ausgestrahlt bei TIDETV

Mögliche Zusatzangebote, je nach Gruppenzusammensetzung:

- Berufsfeld freier Journalismus
- Auslandsberichterstattung
- Ethik im Journalismus

ZIELGRUPPE
Volontäre in Fernsehredaktionen

TERMINE
Web-Code 10013
05.07. bis 30.07.10

Web-Code 10012
22.11. bis 17.12.10

TEILNEHMER: 16

GEBÜHR:
1.130,- €* / 1.890,- €

* Für die Teilnehmer aus Häusern, die sich durch Mitgliedsbeiträge, Umlagen oder Spenden an der Grundfinanzierung der Akademie beteiligen.


© Harry Schiffer

Wir greifen gerne auf das Angebot der Akademie zurück, weil wir wissen, dass die Referenten hervorragend sind. Auch in Krisenzeiten darf an der Weiterbildung nicht gespart werden.

Dr. Alexandra Föderl-Schmid
Chefredakteurin
DER STANDARD

Ahlers, Jörgpeter
NDR, Hamburg

Aschenbrenner, Cord
Journalist, Hamburg

Baum, Martin
Oldie 95, Hamburg

Becker, Marzel
Radio Hamburg

Behrens, Sonja
TV Sisters, Köln

Berger, Annette
FTD, Hamburg

Berger, Peter
Medienberater, Hamburg

Bergmann, Monika
Bildredakteurin, Köln

Blume, Prof. Jochen
Fotojournalist, Hamburg

Bogenberger, Ariela
Drehbuchaurorin, München

Bölke, Dorothee
Rechtsanwältin, Hamburg

Bolz, Annette
Journalistin, Hamburg

Bormann, Andreas
Journalist, Niebüll

von Bose, Dorothee
Kommunikationsberaterin, München

Brahim-Mazari
FFH, Frankfurt

Breder, Jens
Leiter Kommunikation und Marketing Komische Oper, Berlin

Büffel, Steffen
Medienberater, Düren

Burmester, Silke
Journalistin, Hamburg

Bursche, Andreas
WDR 1Live, Köln

Camelly, Mel
John F., Agentur für Hörfunkwerbung, Hamburg

Dahl, Ulf
Fotojournalist, Chemnitz

Déjà, Claudia
TV-Journalistin, Hamburg

Dücker, Katrin
TV-Cutterin, Mölln

Dunkel, Dr. Till
Rechtsanwalt, Hamburg

Eck, Klaus
Kommunikationsberater, München

Eichhorn, Rainer
ON AIR, Berlin

Faller, Heike
Die Zeit, Hamburg

Fechner, Georg
Rechtsanwalt, Hamburg

Feldmann, Dirk
Rechtsanwalt, Hamburg

Fertmann, Ludger
Journalist, Hannover

Fischer, Andrea
NDR, Hamburg

Forudastan, Ferdos
Journalistin, Köln

Fricke, Thomas
FTD, Berlin

Fritzsche, Stephan
NDR, Hamburg

Garbrecht, Annette
Journalistin, Hamburg

Gaus, Bettina
taz, Berlin

von Gehlen, Dirk
jetzt.de, München

Gerdau, Lars
Landeswelle Thüringen

Gerhardt, Alexander
Tontechniker, Hamburg

Gerlach, Cornelia
Journalistin, Berlin

Gloger, Axel
Trendletter, Bonn



Gräf, Amelie
Journalistin, Hamburg

Großpietsch, Timo
TV-Journalist, Hamburg

Günther, Jutta
Radio Bremen

Haberbusch, Kuno
NDR, Hamburg

Hanig, Florian
GEO, Hamburg

Hardinghaus, Barbara
Der Spiegel, Hamburg

Hartmann, Frank
Neue Westfälische, Lübbecke

Heinsohn, Marco
Sat.1, Hannover

Helmke, Björn
DVZ, Hamburg

Heussen, Gregor Alexander
Trainer und Redaktionscoach, Darmstadt

Heynen, Malte
TV-Journalist, München

Hillenbrand, Thomas
Spiegel Online, Hamburg

Hilmer, Andreas
TV-Journalist, Hamburg

Höffken, Jan
Regiocast, Berlin

Hönig, Claus
Konzepthaus, Hamburg

Hoffmann, Beate
Bremer Medienbüro

Holstein, Christoph
Fraktions-Pressesprecher SPD, Hamburg

Holzinger, Marion
Producerin und Regisseurin, Hamburg

Hornemann, Isabel
Rechtsanwältin, Köln

Hunke, Jörg
Frankfurter Rundschau

Jäger, Elfi
TV Sisters, Köln

Jakubetz, Christian
im-feld media, Arnsbach

Jesumann, Günther
Pressesprecher Provinzial, Kiel

Jöckel, Anja
GEO, Hamburg

Jordan, Lars
TV-Cutter, Hamburg

Käckell, Andreas
NDR, Hamburg

Kaiser, Andrea
Journalistin, Hamburg

Käppner, Dr. Joachim
Süddeutsche Zeitung, München

Kaatz, Simon
Scatea Media GmbH, Berlin

von Keitz, Kerstin
RTL Nord, Hamburg

Kempcke, Björn
Tontechniker, Hamburg

Kiesel, Wolfgang
Journalist, Weisenheim am Berg

Kindermann, Katja
Sprech- und Kommunikationstrainerin, Hamburg

Klepsch, Dr. Rüdiger
Unternehmensberater, Hamburg

Kliebhan, Bernd
VJ, Frankfurt

Kranz, Peter
heute journal, Mainz

Kreuzer, Dr. Till
Rechtsanwalt, Hamburg

Kuri, Jürgen
c't / heise online, Hannover

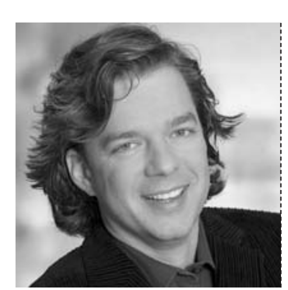
Kuschka, Detlef
Antenne Bayern, München

Lakotta, Beate
Spiegel, Hamburg


© dpa

Mit Talent kommt man schon ganz schön weit. Für alles andere gibt es die Akademie für Publizistik.

Susanne Matthiessen,
Geschäftsführerin dpa/rufa



Unser Nachwuchs lernt in der Akademie. Seit unserem Sendestart, seit 22 Jahren. Das Programm ist hervorragend: aktuell, vielfältig, anspruchsvoll. Dazu bestens organisiert, mit exzellenten Dozenten.

Marzel Becker, Geschäftsführer/ Programmdirektor Radio Hamburg

Langner, Anka
TV-Cutterin, Hamburg

Laskowski, Ralf
Radio Emscher Lippe, Gelsenkirchen

Lebert, Stephan
Die Zeit, Hamburg

Lill, Bernhard
Journalist, Hamburg

Lindemann, Marcus
autorenwerk, Berlin

Malak, Yvonne
Programmberaterin, Berlin

Mannitz, Barbara
Journalistin, Hamburg

Marinos, Alexander
Westdeutsche Zeitung, Düsseldorf

Matthiessen, Susanne
dpa audio-videoservice, Berlin

Matzen, Nea
tagesschau.de, Hamburg

McCombs, Regina
Poynter Institut, Florida USA

Ment, John
Radio Hamburg

Mohr, Joachim
Spiegel, Hamburg

Mönninghoff, John
Coleman Research, Hamburg

Müller, Christina
text + pr, Bremen

Myers, Paul
BBC, London

Nussbaum, Cordula
Journalistin, München

Ohnewald, Michael,
Stuttgarter Zeitung

Ohland, Angelika
Journalistin, Buchholz

Paarmann, Wolf
Kieler Nachrichten

Patalong, Frank
Spiegel Online, Hamburg

Pijahn, York
Journalist, Hamburg

Pohlmann, Bettina
TV-Journalistin, Hamburg

Politz, Frank
Journalist, Weimar

Popp, Steffen
harmony fm, Bad Vilbel

Prantl, Dr. Heribert
Süddeutsche Zeitung, München

Radler, Christian
tagesschau.de, Hamburg

Ramelsberger, Annette
Süddeutsche Zeitung, Berlin

Redelfs, Dr. Manfred
Greenpeace, Hamburg

Reichelt, Bärbel
Pressereferentin Provinzial Versicherung, Kiel

Reisinger, Dr. Christoph
Neue Osnabrücker Zeitung

Riester, Marina
On Air Communications, Berlin

Rose, Georg
Radio Wuppertal

Sadrozinski, Jörg
tagesschau.de, Hamburg

Saitz, Judith
MDR, Erfurt

Sandtner, Elke
TV-Journalistin, Berlin

Sauer, Christian
Redaktionsberater, Hamburg

Sautter, Stephan
TV-Cutter, Hamburg

Schäfer, Monika
NDR, Hamburg

Schickling, Katarina
TV-Journalistin, München

Schlegel, Christoph
Redenschreiber, Berlin

Schlesinger, Patricia
NDR, Hamburg

Schmidt-Gross, Caroline
Journalistin, Hamburg

Schnurr, Eva-Maria
Plan 17, Hamburg

Schmidt, Andreas
NDR, Kiel

Scholze, Jörg
TV-Cutter, Hamburg

Schröck, Rudolf
Journalist und Autor, München

Schütz, Bettina
Journalistin, Hamburg

Sdun, Matthias
freeeye.tv, Hamburg

Seidenfaden, Horst
HNA, Kassel

Siegel, Jan
Der Spiegel, Hamburg

Simon, Dietmar
Radio Hamburg

Spielkamp, Matthias
autorenwerk, Berlin

Stein, Anja
dpa audio & videoservice, Berlin

Steinkamp, Jörg
Journalist, Bochum

Stock, Ulrich
Die Zeit, Hamburg

Straub, Rüdiger
Straub & Linardatos, Hamburg

Sveistrup, Sigrid
TV-Cutterin, Hamburg

Tenz, Ina
Radio FFN, Hannover

Tirok, Markus
TV-Journalist, Köln

Tossuti, Roberto
Hessischer Rundfunk, Frankfurt

Thomas, Nina
Hessischer Rundfunk, Frankfurt

Tuckow, Erik
Grafiker, Hamburg

Ude, Albrecht
Journalist, Berlin

Uhe, Patrick
ARD aktuell, Hamburg

Visbeck, Christiane
Kommunikationsberaterin, Hamburg

Vendt, Dr. Stephanie
Rechtsanwältin, Hamburg

Wachsmuth, Nikola
Kreativdirektorin, Hamburg

Wallbrecht, Claudia
TV-Journalistin, Hamburg

Wallbrecht, Günter
Autor und Kameramann, Hamburg

Wiese, Claudia
Radiojournalistin, Bergisch Gladbach

Weber, Otmar Willi
TV-Journalist, Bremen

Wessinghage, Nicola
Mann beisst Hund, Hamburg

Widmann, Sebastian
Fotograf, München

Willeke, Dr. Stefan
Die Zeit, Hamburg

Wittgens, Julia
Produktionsleiterin, Hamburg

Wüllner, Jo
Medienentwicklung, Herten

Zander, Ute
Diplom-Psychologin und Wirtschaftsmediatorin, Hamburg

Tobias Zick
Neon, München



I feel very fortunate to have had the chance to work with the team of great people at the Akademie für Publizistik. They have created atmosphere that is professional and relaxed, intense and fun, all at the same time. They care deeply about both journalism and journalists, and it shows.

Regina McCombs, Faculty for Multimedia and Virtual Teaching The Poynter Institute, Florida

Vorstand*

VORSITZ (kommissarisch)

Günther Jesumann
Pressesprecher Provinzial Versicherungen, Kiel

Prof. Dr. Barbara Thomaß
Institut für Medienwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum

VORSTANDSMITGLIEDER

Dr. Arno Beyer
stellvertretender NDR Intendant und Landesfunkhaus-Direktor Niedersachsen, Hamburg/Hannover

Axel Filip
Leiter Geschäftsbereich Personal, Heinrich Bauer Verlag, Hamburg

Claus Strunz
Chefredakteur Hamburger Abendblatt, Axel Springer Verlag, Hamburg

Dr. Uwe Vorkötter
Chefredakteur Berliner Zeitung, Berlin

Kuratorium

PRÄSIDIUM

Prof. Dr. Jürgen Althans
Berater Leitung Personal bei Gruner+Jahr; freier Unternehmensberater, Hamburg

Gerd Schneider
Journalist, Vorsitzender des Sozialwerkes Presse-Club Mecklenburg-Vorpommern, Schwerin

MITGLIEDER

Ursula Adelt
Geschäftsführerin, Verband Privater Rundfunk und Telekomunikation, Bonn

Dr. Jörn Arfs
Leiter des Stabsbereichs Öffentlichkeitsarbeit, Handelskammer Hamburg

Manfred Bissinger
Geschäftsführer Hoffmann und Campe Corporate Publishing, Hamburg

Stefan Borrmann
Geschäftsführer Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverlage, Hannover

Ulrich Brenner
Leiter Deutsche Journalistenschule, München

Dr. Uwe Christiansen
Geschäftsführer der AG Bildung & Medien der norddeutschen Industrie- und Handelskammern, Hamburg

Martin Dieckmann
Verdi-Fachbereichsleiter Medien, Hamburg und Nord

Marina Friedt
Landesvorsitzende Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband Hamburg

Peter-Matthias Gaede
Chefredakteur Geo, Hamburg

Prof. Dr. Uwe Hasebrink
Direktor Hans-Bredow-Institut, Hamburg

Reinhardt Hassenstein
Erster Vorsitzender des Kieler Presse-Klubs, Kiel

Volker Herres
ARD-Programmdirektor, München

Martin Hoffmann
Geschäftsführer MME AG, Berlin

Ulrike Kaiser
Journalistin, ehem. Chefredakteurin JOURNALIST, Bonn

Marco Keser
Behörde für Wissenschaft und Forschung, Hamburg

Wolfgang Linnekogel
Geschäftsführer Verband der Zeitschriftenverlage Nord, Hamburg

Eike Mahlstedt
Leiter Personal, SPIEGEL-GRUPPE, Hamburg

Dr. Kurt Sabathil
Geschäftsführer Schwäbischer Verlag, Leutkirch

Katharina Skibowski
Chefredakteurin Insight, Remagen-Rolandseck

Michael Sternecker
Stellvertretender Chef des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Berlin

* Neuwahl des Vorstands am 12.11.2009; Infos dazu auf www.akademie-fuer-publizistik.de.

Mitglied und Förderer

Die Akademie ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein. Mitglieder sind Verlage (u.a. Deutscher Fachverlag, Evangelischer Presseverband Nord, Heinrich Bauer Verlag, HNA, Mare, Spiegel-Verlag, Verlag Heinz Heise), private Hörfunk- und Fernsehsender (u.a. Radio ffn, Radio Hamburg), Journalistenverbände (in Bonn, Niedersachsen, Hamburg und Schleswig-Holstein), Unternehmen (u.a. BASF, Provinzial Versicherung) sowie Einzelpersonen aus allen Medien.

Gefördert wird die Arbeit der Akademie auch von der Stadt Hamburg, dem Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, den Zeitungsverlegerverbänden in Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen, der NDR Media GmbH und dem Verlag Gruner + Jahr.

Kontakt: Annette Hillebrand, 040 - 41 47 96 - 0

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Akademie für Publizistik

REDAKTION
Sylvie Wollschläger,
Annette Bolz,
Annette Hillebrand (V.i.S.d.P.)

DESIGN UND KONZEPT
Jo Wüllner,
Medienentwicklung, Herten

GESTALTUNG
Kerstin Wendel, Hamburg

FOTOS
Kristina Jentzsch, Hamburg
André Heeger, Hamburg
Viola Engel, Hamburg
Bernd Euler, Hamburg
stoffies © www.fotolia.de
Franz Pfluegl © www.fotolia.de
U.P.images © www.fotolia.de
Sven Bähren © www.fotolia.de
SyB © www.fotolia.de
© Pitopia, Marc Dietrich, 2006
Harald Richter/Shotshop.com
Titelfoto: Lawrence Lawry

DRUCK
farbo print + media GmbH, Köln

Stand: September 2009



„Jedes Wort, das nicht für dich arbeitet, arbeitet gegen dich." David Michael Kaplan

Anmeldung

online Das geht am schnellsten und einfachsten: www.akademie-fuer-publizistik.de. Geben Sie dort den Web-Code ein, der im Programmheft bei jeder Veranstaltung steht.

Über diesen Code finden Sie auch Details und weitere Informationen zu dem jeweiligen Seminar.

per Fax: 040 - 41 47 96 - 90

per Post: Akademie für Publizistik
Warburgstraße 8-10
20354 Hamburg

Für **Volontärskurse** bitten wir um eine schriftliche Anmeldung und eine Rechnungsanschrift der ausbildenden Redaktion.

Aktuelle Ergänzungen zu diesem Programm finden Sie auf unserer Website **www.akademie-fuer-publizistik.de**.

Rund um den Seminar-Ablauf

Seminarunterlagen

Vier bis sechs Wochen vor Seminarbeginn erhalten Sie die Seminarunterlagen inklusive des Programms und der Informationen zur Anreise und zu Hotels. Am Ende des Seminars bekommen Sie ein Testat.

Seminarzeiten

Die Seminare beginnen in der Regel am ersten Tag um 10.00 Uhr, an den folgenden Tagen um 09.30 Uhr und enden gegen 18.00 Uhr.

Wartelisten

Wir richten für ausgebuchte Seminare Wartelisten ein. Falls sich zu wenige Teilnehmer anmelden, sagen wir das Seminar spätestens zwei Wochen vor Beginn ab.

Stornierung

Sie können bis zwei Wochen vor Seminarbeginn absagen, bei Volontärskursen bis sechs Wochen. Danach wird die gesamte Seminargebühr fällig – es sei denn, Sie sorgen für einen Ersatzteilnehmer.

Gebühren

Die Gebührensätze gelten vorbehaltlich der Entscheidung der Mitgliederversammlung.

Anreise mit der Bahn

Vom ICE-Bahnhof Dammtor gehen Sie fünf Minuten zu Fuß über den Mittelweg und die Alsterterrasse in Richtung Außenalster.

Anreise mit dem Auto

Fahren Sie Richtung Messe/CCH, dann weiter über den Mittelweg und die Alsterterrasse in Richtung Außenalster. Der Akademie stehen leider keine eigenen Parkplätze zur Verfügung.

Unterkunft

Die Akademie kann Ihnen eine Unterkunft in verschiedenen Vertragshotels empfehlen. Volontäre können Appartements in der Akademie mieten. Wenden Sie sich bitte an Gerhard Ehlert, Tel.: 040 - 41 47 96 – 0

Essen und Trinken

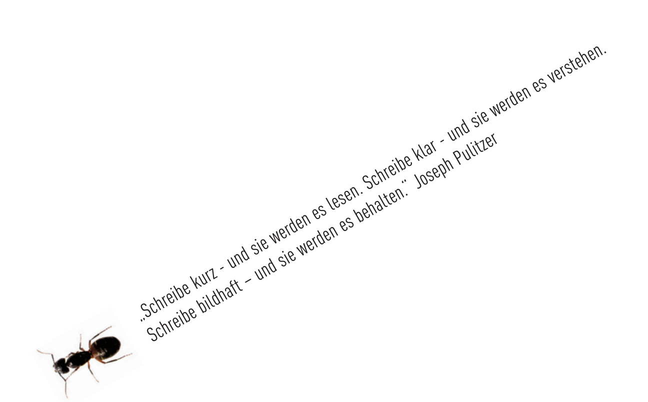
In der Akademie gibt es Automaten mit warmen und kalten Getränken. Mittags können Sie diverse Einkaufsmöglichkeiten, Cafeterias und Restaurants in der Hamburger Innenstadt nutzen. Sie erreichen sie zu Fuß, das dauert etwa fünf Minuten.

Ausstattung

Für unsere Seminare stehen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zur Verfügung: drei Schulungsräume unterschiedlicher Größe, ein Fernseh- und ein Hörfunkstudio, ein Multimedia-Raum sowie Recherche- und Internet-Arbeitsräume. Außerdem verfügen wir im ganzen Haus über WLAN. In den Pausen können Sie ein Bistro mit Tagespresse nutzen sowie unseren großen Garten.



"Eine Story, die zu gut ist, um wahr zu sein, ist vermutlich genau dies: nicht wahr." Wolfgang Büchner



AKADEMIE FÜR PUBLIZISTIK 

WARBURGSTRASSE 8-10 20354 HAMBURG

TELEFON .... 040 - 41 47 96 - 0

TELEFAX .... 040 - 41 47 96 - 90

WEB .... www.akademie-fuer-publizistik.de

MAIL .... info@akademie-fuer-publizistik.de